

"Kunsten å tenke annerledes"

- En kvantitativ studie av entreprenørielle intensjoner

Øystein Sørhaug

Handelshøgskolen i Bodø
23.05.2007

“Think different”

Here's to the crazy ones. The misfits. The rebels. The trouble-makers. The round pegs in the square holes. The one's who see things differently.

They're not fond of rules, and they have no respect for the status-quo. You can quote them, disagree with them, glorify, or vilify them. But the only thing you can't do, is ignore them.

Because they change things. They push the human race forward.

And while some may see them as the crazy ones, we see genius. Because the people who are crazy enough to think they can change the world, are the ones who do."

Fra Apples TV-reklame

Forord

Det sies at en entreprenør tenker annerledes.

Denne masteroppgaven er skrevet som avslutning på et toårig masterstudium ved Handelshøgskolen i Bodø (HHB). Masteroppgaven er en obligatorisk oppgave og utgjør 30 studiepoeng av 60 studiepoeng i det avsluttende året. Oppgaven er skrevet innenfor spesialiseringen BE301E Innovasjon og Entreprenørskap.

Det har vært en rekke ressurspersoner som vært innblandet i prosessen min med å fullføre oppgaven. Jeg vil først og fremst rette en stor takk til min veileder, Professor Lars Kolvereid, som har kommet med faglige innspill og konstruktiv kritikk. En spesiell takk går til Tatiana Iakovleva, forsker ved Nordlandsforskning, som har hatt en sentral rolle i dataanalysen, og vært en svært behjelpelig ressurs gjennom hele prosessen.

Videre vil jeg takke mine medstudenter som har gitt meg nyttige tilbakemeldinger i forbindelse med pretesting av mitt undersøkelsesskjema. Også Førsteamanuensis Espen Isaksen fortjener en takk for sin datatolkning.

Å skrive denne oppgaven har vært en svært lærerik prosess for undertegnede. Gjennom arbeidet har jeg fått friske opp gamle kunnskaper og fått betydelig kjennskap til fagområdet som oppgaven omhandler. Å få en opplæring i analyseverktøy som SPSS, vil forhåpentligvis være en nyttig kompetanse med tanke på videre yrkeskarriere. Her retter jeg nok en stor takk til Tatiana Iakovleva, som tok seg tid til å gi meg opplæring.

Til slutt vil jeg rette en takk til HHB, som bevisst har bygd opp et faglig sterkt miljø innen Innovasjon og Entreprenørskap. Jeg er stolt av å kunne representere denne spesialiseringen.

Tenk annerledes!

Handelshøgskolen i Bodø, 23. mai 2007

Øystein Sørhaug

Abstract

The main objective of this study is to investigate how to predict entrepreneurial intentions. This study empirically tests two highly recognized intention-models, the theory of planned behaviour (Ajzen, 1991) and the model of the entrepreneurial intent (Shapero and Sokol, 1982). Both models show great abilities in predicting entrepreneurial intentions.

Conceptually, attitudes towards entrepreneurship, the meaning of subjective norms and the perceived behavioural control, empirically, describe the prediction of the entrepreneurial intentions in the theory of planned behaviour. Conceptually, perceived desirability and feasibility, empirically, describe the prediction of the entrepreneurial intentions in the model of the entrepreneurial intentions.

The findings in this study have several important theoretical and practical implications. Important specific entrepreneurial self-efficacy factors have been identified, which in turn have numerous practical implications for both academia and training of entrepreneurs. This study also offers a self-efficacy questionnaire that should be tested in future research.

After being investigating how to predict entrepreneurial intentions and identification of specific entrepreneurial self-efficacy factors, this study also tells something about how to stimulate entrepreneurial intentions.

Sammendrag

Entreprenørskap er viktig på alle samfunnsnivå, globalt så vel som nasjonalt, regionalt og lokalt. Således oppstår entreprenørskap både på mikro- og makronivå. Det interessante oppstår når vi kobler sammen entreprenørskap med intensjoner. Forskning på intensjoner gir oss teoridrevne og empirisk robuste mekanismer, slik at vi kan bygge en dypere og rikere forståelse omkring entreprenørskap som fenomen.

Den overordnede problemstillingen i oppgaven er:

Hvordan kan man predikere entreprenørielle intensjoner?

Ved å bygge på aktuell og relevant litteratur presenterer oppgaven en forskningsmodell. Forskningsmodellen som presenteres har sitt utspring fra både Ajzens (1991) teori om planlagt atferd og Shapero og Sokols (1982) modell om den entreprenørielle begivenhet. Intensjonsmodellene til Ajzen på den ene siden, og Shapero og Sokol på den andre siden, blir empirisk testet, og begge modellene viser svært god forklaringskraft i å forklare entreprenørielle intensjoner. Prediksjonsevnen til teorien om planlagt atferd er marginalt bedre enn modellen om den entreprenørielle begivenhet.

Man vil kunne predikere entreprenørielle intensjoner ved å endre holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll. Det er ved oppfattet atferdskontroll det største forbedringspotensiale ligger. På den ene siden om målevariabelen til oppfattet atferdskontroll skal bygge på en generell mestringsforventningsskala, må i alle fall målevariabelen konstrueres mot spesifikke mestringsforventninger som er identifisert i denne oppgaven. På den andre siden gir den lave signifikansverdien praktiske implikasjoner i form av å forbedre og stimulere den individuelle oppfattede følelsen av kontroll over entreprenøriell atferd.

Forskere har i lang tid undersøkt både generelle og spesifikke krav til kompetansekrav knyttet til det å være entreprenør. Denne oppgaven identifiserer spesifikke entreprenørielle mestringsforventningsfaktorer som aldri tidligere er klarlagt.

Funnene vil åpne nye vinduer til fremtidig forskning på fagfeltet. I denne sammenhengen er det gjort forslag til nye målevariabler som kan benyttes konseptuelt.

Ved å identifisere spesifikke kompetansekrav og barrierer knyttet til det å være entreprenør, vil også utdannings-, opplæringsinstitusjoner, forskjellige typer organisasjoner og annet relevant skole-, forsknings- og næringsliv nyte godt av oppgavens funn. Ergo er de teoretiske og praktiske implikasjonene betydelige og dyptgående.

Undersøkelsen er utført ved økonomistudenter ved Handelshøgskolen i Bodø. Populasjonen befant seg fra både bachelor- og masternivå, og utvalget besto av totalt 112 respondenter.

Innholdsfortegnelse

Forord	iii
Abstract	iv
Sammendrag	v
Innholdsfortegnelse	vii
Figuroversikt	ix
Tabelloversikt	ix
1. Innledning	1
1.1 Hvorfor studere entreprenørielle intensjoner?	1
1.2 Problemstilling	3
1.3 Formål og bidrag	3
2. Litteratur	4
2.1 Entreprenørskap	4
2.2 Karriereteori i entreprenørskapskontekst	6
2.3 Den entreprenørielle prosess	12
2.4 Intensjonsmodeller og entreprenørskap	13
2.5 Ajzens teori om planlagt atferd	15
2.5.1 Mestringsforventning	18
2.6 Shapero og Sokols modell om den entreprenørielle begivenhet	22
2.7 Spesifisering av forskningsmodell	23
3. Metode	27
3.1 Hva er metode?	27
3.2 Vitenskapsteoretisk ståsted	28
3.3 Forskningsdesign	30
3.4 Datainnsamling	31
3.5 Populasjon og utvalg	32
3.5.1 Utvalgets representativitet og bortfallsanalyse	33
3.6 Behandling av datamaterialet	35
3.6.1 Frekvensanalyse	36
3.6.2 Korrelasjonsanalyse	37
3.6.3 Prinsippal komponentanalyse	37
3.6.4 Lineær regresjon	38
3.7 Reliabilitet	41

3.8 Validitet.....	42
3.8.1 Begrepsvaliditet.....	42
3.8.2 Indre validitet	43
3.8.3 Ytre validitet.....	43
3.8.4 Statistisk konklusjonsvaliditet.....	44
4. Operasjonalisering av variablene	45
4.1 Hvordan operasjonalisere variablene?	45
4.2 Variablenes målenivå	46
4.3 De ulike variablene.....	47
4.3.1 Subjektiv norm	47
4.3.2 Oppfattet atferdskontroll	48
4.3.3 Holdninger til entreprenørskap.....	49
4.3.4 Ønskelighet og mulighet	50
4.3.5 Mestringsforventning - generell	51
4.3.6 Mestringsforventning – spesifikk.....	52
4.3.7 Entreprenørielle intensjoner	52
4.3.8 Kontrollvariabler	53
5. Dataanalyse	54
5.1 Korrelasjonsanalyse	54
5.2 Test av hypotese 1	57
5.3 Test av hypotese 2	59
5.4 Test av hypotese 3	60
5.5 Analyse av normalfordeling	61
5.6 Foreløpig oppsummering og diskusjon	61
5.7 Nærmere om mestringsforventning og oppfattet atferdskontroll	62
5.8 Prosedyre og presentasjon av mestringsfaktorer	63
5.9 Forslag til nye spørsmål	67
6. Avslutning	69
6.1 Hovedfunn, diskusjon og konklusjon.....	69
6.2 Teoretiske implikasjoner	70
6.3 Praktiske implikasjoner	71
6.4 Begrensninger og svakheter ved oppgaven.....	75
6.5 Forslag til videre forskning	76
Litteraturliste	77

Vedlegg: undersøkelsesskjema	87
------------------------------------	----

Figuroversikt

Figur 2.1: Faktorer som virker inn på etablering av ny forretningsvirksomhet (Katz, 1992)..	13
Figur 2.4: Ajzens (2002) syn på mestringsforventning og oppfattet atferdskontroll	19
Figur 2.5: Krueger og Carsruds (1993) versjon av Shapero og Sokols (1982) modell av den entreprenørielle begivenhet	23
Figur 2.6: Oppgavens forskningsmodell og forskningsspørsmål	24
Figur 6.1: Kolbs (1984) læringsprosess	73

Tabelloversikt

Tabell 3.1: Oversikt over populasjon og utvalg	34
Tabell 4.1: Harmans singelfaktor-test	47
Tabell 4.2: Prinsipal komponentanalyse for subjektive normer	48
Tabell 4.3: Prinsipal komponentanalyse for oppfattet atferdskontroll	49
Tabell 4.4: Prinsipal komponentanalyse for holdninger	50
Tabell 4.5: Prinsipal komponentanalyse for oppfattet ønskelighet og mulighet	50
Tabell 4.6: Prinsipal komponentanalyse for mestringsforventning - generell	51
Tabell 4.7: Prinsipal komponentanalyse for entreprenørielle intensjoner	52
Tabell 5.1: Korrelasjonsmatrise med Spearmans korrelasjonskoeffisient	54
Tabell 5.2: Analyse av diskriminativ validitet	56
Tabell 5.2: Regresjonsanalyse: holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og oppfattet atferdskontrolls påvirkning på entreprenørielle intensjoner	57
Tabell 5.3: Regresjonsanalyse: oppfattet ønskelighet og mulighets påvirkning på entreprenørielle intensjoner	59
Tabell 5.4: Regresjonsanalyse: holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og mestringforventnings påvirkning på entreprenørielle intensjoner	60
Tabell 5.5: Analyse av normalfordeling	61
Tabell 5.6: Rapportering av spesifikke kompetansekrav	64
Tabell 5.7: Rapportering av spesifikke barrierer	65
Tabell 6.2: Gibbs (1987) syn på entreprenørskap i utdanningen	73

1. Innledning

Dette kapittelet tar for seg begrunnelser for valg av oppgavens tema. Relevansen og aktualiseringen av tema som helhet, blir i stor grad gjort rede for. Videre skisseres den overordnede problemstillingen. Det er verdt å merke seg at forskningsspørsmålene først presenteres ved illustrasjon av forskningsmodellen i kapittel 2.7.

1.1 Hvorfor studere entreprenørielle intensjoner?

Entreprenørskap er viktig på alle samfunnsnivå, globalt så vel som nasjonalt, regionalt og lokalt. Primært er entreprenørskap til for å sikre kontinuerlig utvikling av næringsstruktur i aktuelle områder, men entreprenørskap har også innvirkning på individnivå. Entreprenørskap representerer en innovativ kraft i samfunnet og bidrar til vekst og fornyelse i nærings- og samfunnsliv (Jenssen et al., 2006).

Etablering av nye bedrifter er ifølge Reynolds, Hay, Bygrave, Camp og Autio (2000) en viktig driver for et lands økonomi. Reynolds, Storey og Westhead (1994) hevder med bakgrunn fra undersøkelser i USA, at høye etableringsrater er en nødvendig betingelse for økonomisk vekst i et område. Med andre ord kan entreprenørskap på lokalt nivå være av avgjørende betydning for at et lokalsamfunn kan være i stand til å opprettholde arbeidsplasser og ha et levedyktig næringsliv.

Entreprenørskap kan også sees på som en riktig vei å gå for å bedre et lands økonomiske situasjon (Reve og Jakobsen, 2001). Etablering av nye bedrifter og entreprenørskap bidrar blant annet til å skaffe nye jobber, stimulering av innovasjon, styrking av konkurransen, redusering av priser, øker valgene til kundene og økte eksportaktiviteter m.m. (Storey, Keasy, Watson og Wynarczyk, 1987; Gartner, Starr og Bhat, 1999).

Entreprenørskap kan dessuten være en interessant og givende karrierevei for det enkelte individ. Etablering av bedrift kan på det personlige plan bety individuell frihet og kontroll over ens egen arbeidssituasjon. Å være uavhengig på denne måten kan gjøre mennesker mer lykkelig, selv en illusjon av kontroll kan ha positiv effekt (Shapiro, 1985). Katz (1993) fant ut at selvstendig næringsdrivende var mer fornøyd med sin arbeidssituasjon, enn de som var ansatt i en organisasjon. I tillegg fant Katz (1993) ut at den eneste faktoren som kunne hjelpe de som var ansatt, til å bli mer fornøyde, var å etterligne de positive karakteristikaene til

arbeidet hos de selvstendige. I slike situasjoner som nevnt ovenfor, er det en trang til forskning som kan hensynte de mekanismer som kan forklare intensjoner for å etablere bedrifter.

Entreprenørskap er i aller høyeste grad en tankeprosess som handler om muligheter og trusler. Å søke etter disse mulighetene er en prosess som består av intensjoner. Her i Norge konkluderer GEM-rapporten (Kolvereid, Bullvåg og Oftedal, 2001) med at det finnes rikelig med entreprenørielle muligheter. I denne sammenhengen er det svært interessant å forstå og forklare entreprenørskap. Fagområdet omkring entreprenørielle intensjoner har fått en betydelig akademisk interesse, og forskningen har gitt fra seg betydelige teoretiske og praktiske implikasjoner.

Det er legitimt å anta at vi ikke starter bedrifter i ren spontanitet. Det er klart det finnes intuitive mennesker der ute i verden, men å bli en entreprenør er i aller høyeste grad tuftet på andre holdninger og egenskaper enn rene refleksbaserte beslutninger. Det er mange faktorer, komplekse fenomener og sosiale systemer som virker inn på vår vurdering av å bli en entreprenør eller ikke.

I psykologilitteraturen har intensjoner med tiden blitt den fremste indikatoren på å forklare planlagt atferd. Bedriftsetablering er i aller høyeste grad en viljebestemt atferd, og intensjonen til bedriftsetablering er en viktig forutsetning av den individuelle innsatsen som faktisk utføres (Kolvereid, Iakovleva, Kickul, Åmo og Steshin; 2007). Betydningen av kognitive variabler i å forstå slike beslutningsprosesser får stadig økt forståelse. Slik lyder det fornuftig å studere intensjonsmodeller for å forklare og forstå entreprenørskap.

Forskning på intensjoner gir oss teoridrevne og empirisk robuste mekanismer, slik at vi kan bygge en dypere og rikere forståelse omkring fenomenet. Det trengs imidlertid mer standardiserte og spesifikke måleinstrumenter, blant annet fordi vi skal få bedre forutsetninger for å sammenligne resultatene og forstå fenomenet i en helhetlig og nødvendig entreprenøriell kontekst. I denne sammenhengen er det trang til å utvikle mer dekkende, reliable og valide instrumenter for å analysere entreprenørielle intensjoner. Denne oppgaven følger denne kognitive tilnærmingsmåten, og søker å følge opp anbefalinger som forskningen har tillagt vekt.

1.2 Problemstilling

Den røde tråden i oppgaven handler om entreprenørielle intensjoner, og det mest nærliggende vil være å undersøke hvordan vi kan forstå og forklare slike intensjoner.

Denne oppgaven bygger på anerkjente og relevante intensjonsmodeller, som vil kunne gi oss svar på problemstillingen. Den første intensjonsmodellen som vil bli empirisk undersøkt ble skapt av Ajzen (1991), og går under appellativet teorien om planlagt atferd. Teorien om planlagt atferd hevder konseptuelt at holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll kan forklare entreprenørielle intensjoner med rimelig god nøyaktighet. Den andre intensjonsmodellen som vil bli empirisk undersøkt er skapt av Shapero og Sokol (1982), og går under appellativet modellen om den entreprenørielle begivenhet. Denne modellen hevder konseptuelt at intensjoner drevet av begivenheten, er oppfattet som både ønskelig og mulig, i tillegg til å være inkludert av tilbøyeligheten til å agere. I denne oppgaven betraktes kun forholdet mellom hvorvidt en entreprenøriell karriere oppfattes som ønskelig og mulig.

Den overordnede problemstillingen blir da:

Hvordan kan vi predikere entreprenørielle intensjoner?

Problemstillingen vil bli operasjonalisert ned i tre forskjellige forskningsspørsmål, se kapittel 2.7.

1.3 Formål og bidrag

Denne oppgaven har som mål å aktualisere betydningen av entreprenørielle intensjoner. Isolert sett kan dette ved første øyekast virke individorientert ned mot mikronivå, men koblingen mellom intensjoner og entreprenørskap er så fascinerende mye mer dyptgående enn som så. Ved å identifisere spesifikke kompetansekrav og barrierer knyttet til det å være entreprenør, vil også utdannings-, opplæringsinstitusjoner, forskjellige typer organisasjoner og annet relevant skole-, forsknings- og næringsliv nyte godt av oppgavens funn.

2. Litteratur

Dette kapitlet tar for seg relevant litteratur. Entreprenørskap som begrep diskuteres i forskjellige perspektiv. Betydningen av demografiske faktorer forsøker å belyse sammenhengen med karriereteori. Det gis videre en forståelse for hvilke barrierer en potensiell entreprenør må gjennom. Deretter kobles rene intensjonsmodeller mot betydningen av entreprenørskap. Kapitlet kulminerer i en forskningsmodell, hvor også oppgavens forskningsspørsmål taes i nærmere øyesmed.

2.1 Entreprenørskap

Entreprenørskap dreier seg enkelt sagt om å skape ny virksomhet (Dorf og Byers, 2005). Entreprenørskap er ifølge Kjeldsen (1992) å erkjenne muligheter, framskaffe og organisere ressurser, utvikle den mest hensiktsmessige kapabilitet, samt koordinere alle de nødvendige aktivitetene inntil utnyttelsen av forretningsmuligheten ligger i drifts- og administrasjonsrollen. Entreprenørskap som fagområde har vært studert i mange forskjellige perspektiv og i flere forskningsdisipliner. En del av grunnen kan nok tilskrives fleksibiliteten og bredden fenomenet gir. Det lyder derfor fornuftig å se på entreprenørskap på ulike nivå.

I et overordnet makroperspektiv har man vært spesielt interessert i hvilken betydning entreprenørskap har for den økonomiske utviklingen i et lands økonomi. I et mikroperspektiv skilles det mellom flere analysenivå, men bedrift eller organisasjon har vært vanlig for å studere bedriftsøkonomiske problemstillinger.

Landstrøm (2000) presenterer en historisk oversikt over entreprenørskapets begreps- og fagområde. Som vitenskap ble entreprenørskap først introdusert av Richard Cantillon (1630-1734) og Jean Baptist Say (1767-1832). I den første tiden ble entreprenøren først og fremst sett på som en risikotaker, fordi vedkommende drev virksomhet for egen regning og ergo eksponert for risiko. Gjennombruddet med økonomenes tilnærming til entreprenørskap kom med Joseph Schumpeter (1883-1950). Et av Schumpeters (1934) poenger var at et økonomisk system i likevekt vil utvikles gjennom at entreprenøren bryter likevekten ved å iverksette innovasjoner. En ekte entreprenør søker etter systemfeil i markedene, og fokuset ligger på innovasjon som kilde til økonomisk progresjon for både entreprenøren selv og samfunnet som helhet. Det gjøres her ikke en ytterligere sammenkobling av innovasjon og entreprenørskap,

fordi dette vil ifølge Gartner (1988) øke tvetydigheten og vanskelighetene med definisjon av entreprenøren og entreprenørskap.

Etter andre verdenskrig ble det rettet stor oppmerksomhet på personlige karakteristika hos entreprenøren (Gartner, 1988). Kirzner (1973) ser entreprenøren som en som søker etter nye muligheter, og på samme måte som Schumpeters' ontologi, identifiserer systemfeil i markedene, som andre ikke ser. Ved å utnytte slike muligheter bringes markedet nærmere en likevekt av fullkommen konkurranse. Mark Casson er ifølge Lindstrøm (2000) den siste som har gitt et vesentlig bidrag til entreprenørskap i et makroøkonomisk perspektiv. Casson (1982) ser entreprenørens rolle som å koordinere knappe ressurser. Mye av Cassons (1982) resonnement kan trekkes i sammenligninger mot Kirzner, men Casson (1982) fokuserer mer på entreprenørens evne til å evaluere informasjon (Lindstrøm, 2000).

I et mikroperspektiv skilles det ifølge Lindstrøm (2000) mellom flere forskjellige nivå. Scott og Rosa (1996) hevder at den egentlige kilden til verdiskapning er entreprenøren, og derfor bør fokus skifte fra bedriftsnivå til individnivå, fra organisasjon til entreprenør. Entreprenøren som individ har etter hvert blitt brukt av mange forskere i entreprenørskap, og spesielt har man vært opptatt av entreprenørens bakgrunn og omgivelser for bedre å forstå de faktorene som påvirker en entreprenøriell karriere. Shane, Kolvereid og Westhead (1991) studerer for eksempel entreprenørens latente egenskaper fra et psykologisk perspektiv.

Thurik og Wennekers (2001) hevder at entreprenørskap har for mange aspekter knyttet til seg som begrep. Faktorer som individuelle intensjoner, atferd og holdninger, karakteristika til produkt eller tjeneste, eksogene faktorer m.m., må alle studeres om man skal kunne forstå og forklare entreprenørskap. Slik sett kan man forstå Westhead og Wright (2000), som hevder at det ikke finnes noen unison enighet omkring begrepets definisjon og innhold.

Reynolds et al. (1999:3) ser på entreprenørskap som et forsøk på en nyetablering i en eller annen form:

”any attempt at new business or new business or new venture creation, such as self-employment, a new business organisation, or the expansion of an existing business, by an individual, a team of individuals, or an established business”

Det er slik at entreprenørskap som begrep inkluderer det individuelle aspektet, det innovative aspektet, kommersiell orientering og forretningsatferd. Shane og Venkatraman (2000:218) legger vekt på at entreprenørskap alltid er basert på en individuell tilnærming:

”the scholarly examination of how, by whom, and with what effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated, and exploited”

Definisjonen fokuserer på entreprenørielle individer som samhandler med sine omgivelser, for å identifisere, evaluere og utnytte muligheter.

Siden entreprenørskap er et frivillig valg (Krueger, Reilly og Carsrud, 2000) virker det fornuftig å analysere hvordan et slikt valg blir tatt. På denne måten hevder Liñán og Chen (2006) at entreprenørielle intensjoner ville være første steget i å evaluere entreprenøriell atferd. Krueger et al. (2000) hevder at entreprenørskap i aller høyeste grad er tuftet på intensjoner, og gir oss derfor et godt grunnlag for å kunne forstå og forklare hvorfor noen velger en karriere som selvstendig næringsdrivende og hvorfor andre foretrekker en karriere som en vanlig ansatt i en organisasjon. For å se på hvorfor noen velger en karriere som selvstendig næringsdrivende, mens andre velger en karriere som ansatt i en organisasjon, vil det være nyttig å se på betydningen av karriereteori.

2.2 Karriereteori i entreprenørskapskontekst

Bedriftsetablering, eller forsøkt på bedriftsetablering, representerer et aspekt ved entreprenørskap (Henry, Hill og Leitch, 2003). Krueger et al. (2000) hevder at karrierespørsmål i aller høyeste grad reflekterer en kognitiv prosess, og forskning har vist at entreprenørielle karrierer passer dette mønsteret (Davidsson, 1991; Katz, 1992).

Studier av personer over tid i arbeidssituasjoner har fått betegnelsen karriereteori, og mange studier er utført i denne sammenheng (Osipow, 1973; Schein, 1978).

Ifølge Dyer (1994) bestemmes et karrierevalg av følgende tre faktorer:

1. Individuelle faktorer (demografiske karakteristika så vel som psykologiske)
2. Sosiale faktorer (for eksempel rollemodeller, familiestøtte og kultur)
3. Økonomiske faktorer (for eksempel manglende yrkesvalgmuligheter og ressurser)

Karrierevalg er definert av Katz (1992:30) som:

”the vocational decision process in terms of the individual’s decision to enter an occupation as a wage-or-salaried individual or a self employed one”.

Ifølge Kolvereid og Isaksen (2006) er dette en form for forenkling. For det første åpner definisjonen ikke opp for at mennesker kan velge å være arbeidsledig eller arbeidsufør. Et individ kan dessuten velge å bli selvstendig næringsdrivende (Crant, 1996; Kolvereid, 1996a, 1996b), eller etablere en bedrift (Bird, 1992; Krueger et al., 2000; Reitan, 1998; Scherer, Adams, Carley og Wiebe, 1989). Kolvereid og Isaksen (2006) hevder at ovennevnte er egenskaper som er konseptuelt forskjellig fra hverandre. Mennesker som etablerer bedrift, trenger ikke å være selvstendig næringsdrivende, men kan velge å drive bedriftsetableringen som et deltidsprosjekt (Carter, Gartner og Reynolds, 1996; Delmar og Davidsson, 2000), eventuelt velge å ansette andre til å drifte virksomheten. Isaksen og Kolvereid (2005) fant for eksempel ut at i 48,9% av tilfellene hadde entreprenøren ingen intensjoner om å arbeide i bedriften på heltid. På den andre siden kan man kjøpe opp en allerede eksisterende bedrift, og derav bli bedriftseier (selvstendig næringsdrivende).

Schein (1978) studerer entreprenørens karriere, og knytter såkalte karriereforankringer opp mot en konseptuell modell. Ifølge modellen til Schein (1978) vil den karriereforankringen en person orienterer seg mot, bety mye for hvilken karriere som velges. Schein (1978) definerer karriereforankring som individets oppfattelse av egne talenter, motiver og verdier. Disse egenskapene er sterkt latente, slik at et individ ikke vil gi dem opp uten videre, selv om vedkommende står ovenfor et vanskelig valg (Kolvereid og Moen, 1997). Det hersker et skille mellom karriereforankring og personlighetsbaserte karakteristika. Katz (1994) fant ut at karriereforankring ikke kan bli vellykket identifisert på studenter, fordi stabile karriereforankringer først utvikler seg med arbeidserfaring. Kolvereid og Moen (1997) anerkjenner at det finnes en mulighet for at karakteristikaene hos en person kan være vanskelig å kontrollere og endre gjennom utdanning.

Ifølge Katz (1994) finnes det to typer karriereforankringer som identifiserer entreprenører. Disse orienterer seg mot henholdsvis entreprenørskap og autonomi. De som orienterer seg mot entreprenørskap vil fokusere på å skape noe nytt, noe som involverer motivasjon til å overkomme hindringer og vilje til å ta risiko. De som orienterer seg mot autonomi, vil søke

frihet fra regler og kontroll fra andre. En autonomt orientert person vil legge vekt på frihet istedenfor finansiell belønning eller forfremmelse. Dette medfører praktiske implikasjoner i form av at en slik person, om vedkommende er ansatt hos andre, vil være mindre tilbøyelig til å endre sin arbeidssituasjon i den hensikt å øke vedkommendes autonomnivå. Samtidig vil personer som har en orientering mot entreprenørskap ha en tendens til å gi opp sitt arbeid i en organisasjon for å oppnå høyere betaling eller status, og det er av den grunn, stor sjanse for at en slik person vil forfølge en mulighet framfor det å forbli i en organisasjon.

Ifølge Bird (1988) øker utdanning en persons analytiske egenskaper, men kan på samme tid redusere innovative evner, kreativitet og risikovilje. Undersøkelser har ikke vist klare sammenhenger mellom utdanningsbakgrunn og entreprenørskap. Vesper (1990) fant ut at vellykkede entreprenører hadde høyere utdanning, mens Stuart og Abetti (1990) ikke fant empirisk bevis for dette. Det er uansett grunn til å anta at analytiske egenskaper vil kunne være til hjelp i en kaotisk etableringsprosess, og slikt kan man argumentere for at utdanningsnivå relaterer seg positivt til sannsynlighet for etablering.

Tradisjonell litteratur har lenge fokusert på viktigheten av personlige karakteristika, demografi, familieinvolvering og atferd for å forklare entreprenørielle intensjoner (Henry et al., 2003). Rollemodeller og demografiske modeller har lenge vært den dominerende tilnærmingen når det gjelder å forutsi valg av karriere (Robinson, Stimpson, Huefner og Hunt, 1991).

Tilstedeværelsen av rollemodeller og familiebakgrunn har en sammenheng med fremkomsten av entreprenører (Brockhaus og Horwitz, 1986; Cooper, 1986; Cooper og Dunkelberg; 1984; Scott og Twomey, 1988; Scherer et al., 1989; Matthews og Moser, 1995; Robinson, Simpson, Huefner og Hunt, 1991). Holland (1983) viser til at foreldre i sterk grad influerer personlige karakteristika, og at karrierevalget til deres etterkommere blir konsekvenser av en slik innflytelse. Shapero og Sokol (1982) hevder at familien, og da spesielt mor eller far, spiller den viktigste rollen for entreprenørielle handlinger. Matthew og Moser (1995) fant en signifikant sammenheng mellom foreldre som rollemodeller og entreprenørielle intensjoner. Hisrich og Peters (1995) hevder at det finnes sterke beviser for at entreprenører gjerne har entreprenørielle fedre. De mente at det faktum å ha en far som entreprenør, fører til at barnet blir sterkt inspirert til entreprenørskap. I en amerikansk studie av økonomistudenter, fant Matthew og Moser (1995) ut at individer med en familiebakgrunn i småbedrifter er mer

tilbøyelig til å indikere en interesse for å selv eie en småbedrift. Scott og Twomey (1988) fant ut at foreldre som eide småbedrifter hadde de høyeste preferansene for å bli selvstendig næringsdrivende. Ifølge Scott og Twomey (1988) fremstår foreldrene som rollemodeller for sine barn, og deretter skaffer de til veie forskjellige nødvendige ressurser. Andre rollemodeller kan gjerne være vellykkede entreprenører i de nære omgivelsene (Hisrich og Peters, 1995). Disse blir gjerne sett på som katalysatorer av potensielle entreprenører.

Selv om andelen av kvinnelige nyetablere ser ut til å ha økt de siste årene (Kolvereid, 1996b; Davidsson, 1993), er det fortsatt menn som er i førersetet med tanke på entreprenøriell virksomhet. Ifølge Matthew og Moser (1995) kan en forklaring på dette være at menn med en entreprenøriell familiebakgrunn, har større sannsynlighet for å være interessert i en karriere som entreprenør enn kvinner med samme familie. En slik kjønnsforskjell kan ifølge Aldrich (1989) skyldes at kvinner møter større hindringer og barrierer enn menn. Kolvereid (1996b) mener at sosiale og juridiske strukturer har favorisert mannlige etablerere, i tillegg til det faktum at mannlige etablerere har høyere preferanser for entreprenørskap. Scherer, Brodzinski og Wiebe (1989) fant i tillegg ut at menn viste større preferanse for entreprenørskap enn kvinner. De tok for seg tre indikatorer på sosial læring for å forklare differanser ved menn og kvinners karrierevalg. Indikatorene dreiet seg om utdanning og treningsambisjoner, forventninger til karriere og selvtillit angående karriere. Funnene til Scherer et al. (1989) viste at forventningene til karriere og selvtillit til karriere som entreprenør, forklarte mye av ulikheten i kvinners og menns preferanser. Scherer et al. (1989) konkluderer med at sosial læring har stor innvirkning på å forme preferansene for en entreprenøriell karriere. Det eksisterer dessuten bransjeforskjeller mellom menn og kvinners preferanser når de etablerer bedrift. GEM-rapporten i Norge fra 2006 konkluderer med at kvinner etablerer bedrifter som i hovedsak betjener konsumentvaremarkedet, mens menn oftere starter industribedrifter og bedrifter som retter seg mot forretningsmarkedet (Bullvåg, Kolvereid og Åmo, 2006).

Tidligere entreprenøriell erfaring er også en faktor som kan påvirke karrierevalgsintensjonene. Liñán og Chen (2006) mener det er legitimt å anta at entreprenøriell kunnskap vil ha en signifikant innvirkning på intensjonen. Hisrich og Peters (1995) hevder at tidligere entreprenørerfaring er en av de beste indikatorene på suksess. Sandberg og Hofer (1987) og Vesper (1990) fant ut at tidligere entreprenøriell erfaring gjorde at man var mer interessert i en entreprenøriell karriere. Dette har ifølge Ronstadt (1988) sammenheng med personlig læring og kunnskapsproduksjon. Et viktig prinsipp ifølge Ronstadt (1988) er at kunnskap og

nye muligheter åpenbarer seg, etter hvert som entreprenøren først har etablert en virksomhet¹. Dette er også en type læringsmekanisme som Bandura (1997) har tatt i nærmere øyesyn. Bandura (1997) fokuserer på den individuelle evnen til å prestere å utøve et bestemt arbeid, og hevder at en sterk mestringsfølelse og forventning forbedrer de menneskelige prestasjonene.

Tidligere forskning omkring karrierevalg har resultert i en rekke modeller som forklarer grunner til hvorfor mennesker velger en karriere som selvstendig næringsdrivende, eller som ansatt i en organisasjon. De fleste av modellene fokuserer på psykologiske attributter, og den grunnleggende antagelsen er at de som velger en karriere som selvstendig næringsdrivende har en annen personlighetsprofil enn de som foretrekker å være ansatt av andre (Begley og Boyd, 1987). Gartner (1988) kritiserer at det skal tillegges for stor vekt på psykologiske profiler, fordi disse karakteristikaene vanligvis er full av motsetninger. Gartner (1988) kritiserer også denne forskningen fordi man ikke har kommet frem til en unison oppfatning om hva som karakteriserer entreprenøren fra andre.

Kreguer et al. (2000) framfører at karrierevalg er en kognitiv prosess. Et karrierevalg resulterer i en prosess bestående av personlige holdninger og preferanser, og intensjonen utvikles etter hvert som vi kognitivt prosesserer våre kunnskaper, tro og erfaringer (Lent, Brown og Hackett, 1994). Krueger et al. (2000) argumenterer videre for at et karrierevalg er en planlagt atferd, med andre ord at prosessen inneholder kognitive elementer.

Demografiske modeller har møtt kritikk av flere grunner, og derfor har forskningen innenfor entreprenørielle prosesser de seneste årene skiftet fokus fra entreprenørens rene psykologiske karakteristika mot en mer generell forståelse av den sosiale dynamikken (Batjargal, 2003; Bygrave og Minniti, 2000; Reynolds et al., 1991; Shane og Venkataraman, 2000; Shapero og Sokol, 1982). Empiri har dessuten vist at personlige karakteristika og demografiske egenskaper bare svakt forklarer den entreprenørielle prosessen (Autio, Keeley, Klofsten, Parker og Hay, 2001; Tkachev og Kolvereid, 1999). Sosial læringsteori har blitt benyttet til å forklare hvorfor individer velger entreprenørskap.

¹ "Korridorprinsippet" (Ronstadt, 1988).

Sosial læringsteori ble utviklet av Bandura (1977) og er basert på den evige interaksjonen mellom miljø, person og oppførsel. Mennesket beskrives som selvorganiserte, selvreflekterende og selvregulerende fremfor en reaktiv organisme som drives av impulser (Bandura, 1986).

Et sosialt system som plasserer en høy verdi på innovasjon og entreprenørskap, risikovilje og uavhengig er mer sannsynlig til å produsere entreprenørielle begivenheter, i motsetning til et system med motsatte verdier (Shapero og Sokol, 1982). Også Learned (1992) anerkjenner betydningen av den sosiale dimensjonen. Egenskaper på personnivå, kan i enkelte situasjoner føre til en intensjon om å grunnlegge en organisasjon. Hvorvidt intensjonen leder til handling, avhenger av mulighetene i omgivelsene (Katz, 1992). De som ikke er i stand til å identifisere de mulighetene som finnes i omgivelsene, og mislykkes i å samle inn de nødvendige ressursene, vil gi opp forsøket på å etablere egen virksomhet (Learned, 1992).

Shapero og Sokol (1982) utviklet en modell hvor oppfattet ønskelighet og oppfattede muligheter forklarer de handlinger som leder til oppstart av nye virksomheter. Shapero og Sokol (1982) hevder bakgrunnen for at en beslutning, uansett kontekst, skyldes beslutningstakers egen oppfatning av hva som er både ønskelig og mulig. Disse oppfatningene er produkter som oppstår i sosiale og kulturelle miljøer. Alle mennesker har individuelle oppfatninger på hva som er ønskelig og mulig for vedkommende. Man kan gjerne finne det ønskelig å velge en karriere som idrettsutøver, men det er ofte ikke mulig. På samme måte kan man ønske å velge en karriere som entreprenør, men likevel oppfatte det som umulig på grunn av individuelle, sosiale eller økonomiske faktorer m.m.

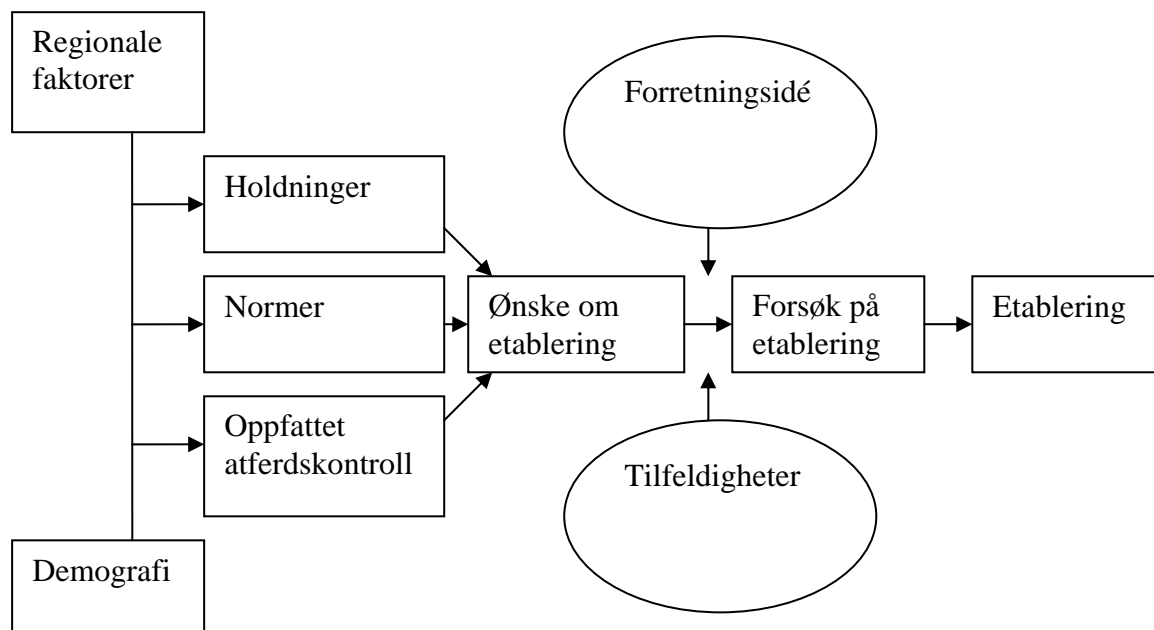
Ifølge Robinson et al. (1991) er holdningsteoretisk tilnærming en bedre tilnærming for beskrivelse av entreprenører, enn både personlige og demografiske karakteristika. I en undersøkelse fant Robinson et al. (1991) en signifikant forskjell mellom entreprenører og ikke-entreprenører med hensyn til holdninger til personlig kontroll, innovasjon og selvtillit. Holdninger er vurdert å være mindre stabilt enn personlige egenskaper, fordi holdninger er åpen for endringer av både pedagoger og praktikere. Davidsson (1991) er uenig med Robinson et al. (1991) med å klassifisere individer som enten entreprenører eller ikke-entreprenører. Davidsson (1991) mener at man heller burde fokusere på grader av entreprenørskap.

Kolvereid (1996a) fant slike holdningsforskjeller i sin studie, og dette er i overensstemmelse med Kolvereid og Moens (1997) antagelse om utdanning og dens påvirkning på potensielle entreprenører. Kolvereid (1996a) fant ut at sikkerhet, arbeidsmengde og autonomi er de tre viktigste grunnene til at personer foretrekker å være ansatt. De tre viktigste grunnene for å være selvstendig næringsdrivende, identifiserte Kolvereid (1996a) i form av økonomiske muligheter, frihet til å velge egne arbeidsoppgaver, kontroll, utfordring og mulighet for å benytte egne kunnskaper, samtidig som de fikk muligheten til å delta i hele prosessen. Kolvereid (1996b) fant støtte for sin hypotese om at dess mer positiv holdningen til begrunnelser for å være selvstendig, dess større egenkontrollen var, desto sterkere var også vedkommendes intensjon om å bli selvstendig.

2.3 Den entreprenørielle prosess

For å belyse den entreprenørielle prosessen, fra intensjoner om å etablere en bedrift, gjennom etableringsprosessen, og til etablering av bedrift, trekkes det inn en modell av Katz (1992). Ifølge denne modellen må potensielle entreprenører gjennomgå tre barrierer frem mot etablering av bedrift. Det første hinderet er ønske om å etablere bedrift, det andre hinderet er forsøk på å etablere bedrift, og det tredje hinderet er overgang til selvstendig næringsdrivende. Det er først etter siste hinderet er penetrert at man kan åpne dørene for fullt kan åpnes for handel.

I samme modell er også regionale og demografiske faktorer innvirkning inkludert. Dette er i tråd med at etablerer vanskelig kan vurderes atskilt fra sine omgivelser. Ifølge Ajzen (1991) har regionale og demografiske faktorer kun en indirekte innvirkning på intensjoner om å starte bedrift. Disse faktorene påvirker altså holdninger til bedriftsetablering, hvor sosialt ønskelig det er å satse på å bli bedriftseier, og i hvilken grad individet oppfatter hvor oppnåelig det å starte egen forretningsvirksomhet.



Figur 2.1: Faktorer som virker inn på etablering av ny forretningsvirksomhet (Katz, 1992)

2.4 Intensjonsmodeller og entreprenørskap

Tidligere forskning på dette området var i stor grad basert på personlighetstrekk og psykologiske egenskaper som karakteriserte entreprenøren i forhold til ikke-entreprenøren (Gartner, 1988). Gartner (1988) anbefalte deretter å ta hensyn til atferdsmønsteret, for å belyse entreprenøren som en del av en kompleks prosess. Som alternativer til rene demografiske modeller, har man fokusert mer på mer psykologiske og atferdsmessige modeller, for å forklare og forstå entreprenørielle intensjoner.

Krueger og Carsrud (1993) anerkjenner at entreprenøriell atferd er et bevisst valg, og gir derfor god forståelse om man leter etter intensjonen bak atferden. Krueger og Carsrud (1993), Bird (1988) og Katz og Gartner (1988) hevder alle at intensjonsmodeller synes svært passende i en entreprenørskapskontekst. Krueger et al. (2000) hevder at vi best forutser planlagt atferd ved å observere intensjoner knyttet mot selve atferden, og ikke ved holdninger, tro, personlighet eller demografiske variabler. Krueger et al. (2000) hevder videre at intensjoner er den beste isolerte predikatoren ved bevisst planlagt atferd. Med andre ord gir intensjoner en bedre forståelse av selve handlingen (Ajzen 1987; 1991). Ajzen (1991) hevder at dess sterkere intensjonene for en spesifikk atferd er, dess mer sannsynlig er det at atferden faktisk vil skje. I denne sammenhengen vil dette bety at et individ med sterke intensjoner for bedriftsetablering vil ha større sjanser for faktisk bedriftsetablering, enn et individ med svakere intensjoner mot entreprenørskap.

I en slik bakgrunn vil en entreprenøriell intensjonsmodell hevde at individer gjør sin beslutningsprosess på følgende måte (Liñán og Chen, 2006):

1. Individets personlige preferanse for entreprenørskap
2. Opplevd og oppfattet sosiale normer knyttet til entreprenørskap
3. Individets evne til å mestre entreprenørskap

Spørsmålet blir da hva som bestemmer entreprenørielle intensjoner. I den psykologiske litteraturen har intensjoner vist seg å være den beste måleenheten på planlagt atferd. Slagkraften til de psykologiske intensjonsmodellene har ofte vist seg å være langt mer treffsikker enn rene entreprenørskapsmodeller. Dette fordi sistnevnte i stor grad har basert seg på en tilnærming ved å bruke personlighetstrekk, demografi eller holdningsfokuserete tilnærminger (Krueger og Carsrud, 1993; Carsrud, Gaglio, Kernochan, 1993).

Entreprenørskap bygger ifølge Krueger et al. (2000) et spesielt tankesett, som legger vekt på muligheter fremfor trusler. Prosessen ved å identifisere muligheter er i aller høyeste grad basert på intensjoner. Slik kan man si at det lyder fornuftig å studere individuelle intensjoner for å forklare entreprenørskap som fenomen. Ajzen (1991) hevder at intensjoner antas å fange opp motiverende faktorer som virker inn på atferden. Intensjonene indikerer hvor hardt individer er villig til å utføre en spesifikk atferd. Med andre ord er intensjoner den umiddelbare forutsetning for den faktiske atferd.

Vår forståelse omkring entreprenørielle intensjoner har i all hovedsak blitt forklart av følgende anerkjente modeller:

1. Ajzen's (1987) teori om planlagt atferd
2. Shapero og Shokol's (1982) modell om den entreprenørielle begivenhet

De viktigste egenskapene som er felles for disse modellene, er at intensjon er et sentralt forbindelsesledd som binder sammen bakenforliggende faktorer (for eksempel holdning og tro) og handlinger (for eksempel etablere en bedrift).

2.5 Ajzens teori om planlagt atferd

Teorien om planlagt atferd er ifølge Ajzen (2002) sett på som en av de mest innflytelsesrike og populære konseptuelle rammeverk for å studere menneskelig atferd.

Teorien om planlagt atferd er ifølge Ajzen (1991) skapt for å predikere og forklare menneskelig atferd i spesifikke kontekster. Modellen antar at personlighetstrekk og bredere holdninger bare har indirekte innvirkning på spesifikk atferd (Ajzen, 1991). Dette støttes opp av Kolvereid (1996b), der oppgaven viste at familiebakgrunn, kjønn og entreprenørerfaring bare indirekte påvirker intensjoner gjennom deres effekt på holdninger, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll. Menneskets ”generelle” holdninger, verdier og meninger er antatt å ligge relativt langt unna selve beslutningen, og ved å forklare menneskelig atferd, som for eksempel å etablere en bedrift, trenger man ifølge Ajzen (1991) konsepter som ligger nærmere atferden. Akkurat dette er en av de viktigste aspektene ved teorien om planlagt atferd; intensjon binder konseptene sammen med forutsetningene for menneskelige beslutninger.

Teorien om planlagt atferd er en teori som predikerer tilsiktet atferd, fordi atferd kan være tilsiktet og planlagt. Teorien brukes i sammenhenger mellom ulike fagfelt, blant annet valg av yrkeskarriere (Ajzen, 2001; Kolvereid, 1996). Liñan og Chen (2006) konkluderer med at TBP er fornuftig for å studere entreprenørskap. Intensjon blir dermed det fundamentale elementet når man skal forklare atferd, fordi intensjonen indikerer anstrengelsen ved entreprenøriell atferd (Liñan, 2004).

Teorien om planlagt atferd fanger opp tre konseptuelle uavhengige faktorer (Ajzen, 1991):

1. Holdning til atferd
2. Subjektiv norm
3. Oppfattet atferdskontroll

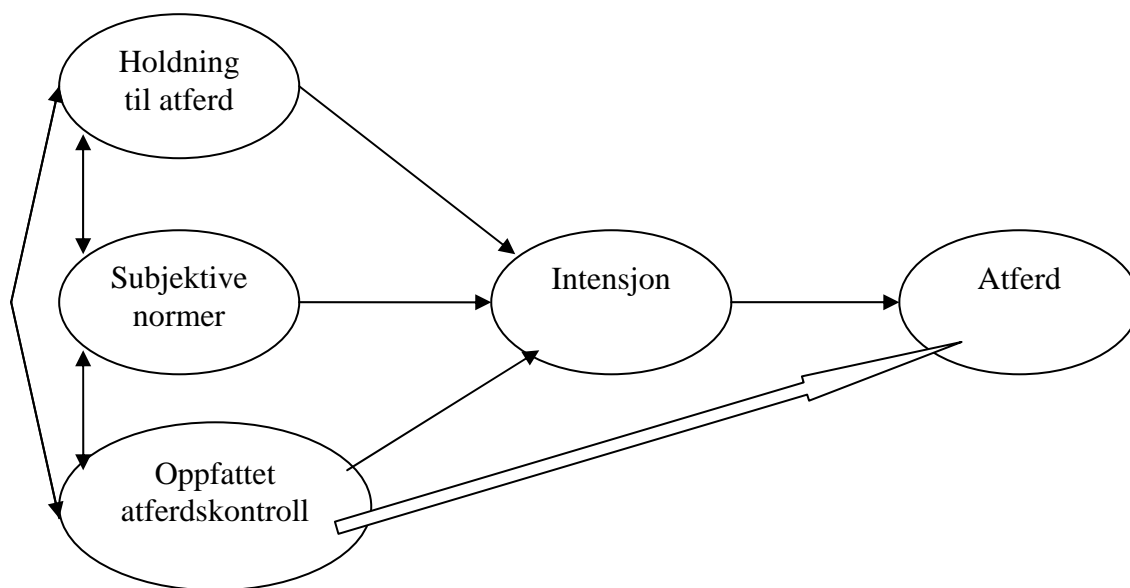
Alle disse faktorene er i tur og orden bestemt av fremtredende forestillinger (”salient beliefs”). Disse faktorene gir oss en forståelse om hvorfor noen velger en entreprenøriell karriere (Kolvereid, 1996a). I tråd med teorien om planlagt atferd fant Kolvereid og Isaksen (2006) ut at fremtredende forestillinger om selvstendig næringsvirksomhet var sterkt korrelert

med holdninger til selvstendig næringsvirksomhet. Holdningene til selvstendig næringsdrivende var i sin tur sterkt korrelert med intensjoner om å starte for seg selv. I tråd med teorien fanget holdningene opp hele effekten av de fremtredende forestillingene (Kolvereid og Isaksen, 2006).

Holdninger til egen atferd referer til individets oppfattelse eller evaluering av resultatet av den aktuelle atferden. Forventninger, tro, verdier til personlige inntrykk av mulige konsekvenser og utfall er avgjørende. Ifølge Krueger og Brazeal (1994) vil ikke dette bare dreie seg om ytre verdier som for eksempel penger, men også om indre kvaliteter som for eksempel autonomi og selvrealisering. Slikt kan man gjerne si at et sterkt ønske om kontroll over egen arbeidssituasjon øke intensjonene for å bli en entreprenør.

Subjektiv norm referer til det oppfattede sosiale presset til å utføre den aktuelle atferden eller ikke. Krueger og Carsrud (1993) beretter at dette har med å gjøre hva individet oppfatter av viktige personer i ens liv mener om å utføre atferden, og at dette er drevet av normativ tro. For entreprenøren handler dette om hvordan vedkommende tror at nære personer vil reagere på at han eller hun blir selvstendig næringsdrivende. Subjektive normer har i en rekke studier vist seg å være sterkt korrelert til intensjonen om å være selvstendig næringsdrivende (Kolvereid, 1996b; Tkashev og Kolvereid, 1999; Kolvereid og Isaksen, 2006).

Individets oppfattede atferdskontroll referer til den forventede lettheten eller vanskeligheten med å utføre den aktuelle atferden. Ifølge Henry et al. (2003) er oppfattet atferdskontroll basert på mestringsforventning, tidligere erfaringer og fremtidige barrierer. En slik oppfattet atferdskontroll handler også om individets selvtillit og kompetanse. Om entreprenøren har stor tro på sine egne evner til å virkeliggjøre sin forretningsidé, vil det øke personens intensjoner om å bli selvstendig næringsdrivende. Faktoren har en direkte innvirkning på forholdet mellom intensjon og atferd. Med andre ord, oppfattet atferdskontroll vil ikke bare påvirke intensjonen, men også beslutningen, og utfallet av beslutningen (Autio et al., 2001). Oppfattet atferdskontroll har vist seg å være sterkt positivt korrelert til entreprenørielle intensjoner blant studenter (Kolvereid, 1996b; Tkashev og Kolvereid, 1999; Krueger et al., 2000).



Figur 2.3: Ajzen's (1991) teori om planlagt atferd

I kombinasjon leder alle disse faktorene til graden av entreprenørielle intensjoner. Hvis det finnes en tilstrekkelig grad av faktisk kontroll over atferden, vil entreprenøren følge intensjonen når en mulighet oppstår. Intensjonen antas med andre ord å være den umiddelbare forutsetningen for atferd (Ajzen, 2001). Ajzen (1991) påpeker at sterke intensjoner er mer sannsynlig å bli konvertert i reelle handlinger, enn svake intensjoner. Likevel vil forskjellige typer variasjoner påvirke både situasjoner og atferd, og dermed styrken mellom intensjoner og handlinger.

Teorien om planlagt atferd har blitt mye benyttet ved studier av entreprenørielle intensjoner (Krueger, 1993; Krueger et al., 2000; Kolvereid, 1996). Liñán og Chen (2006) anerkjenner at disse tre elementene vil forklare entreprenørielle intensjoner, men deres relative bidrag til en slik intensjon er ikke etablert i modellen, fordi de kan forandre fra case til case. Dette kan for eksempel illustreres ved hjelp av det empiriske arbeidet til Ajzen (1991), der subjektive normer tenderte å bidra veldig svakt til intensjonen for å initiere en spesifikk atferd. Armitage og Connor (2001) identifiserte subjektive normer som den svakeste innflytelsen på intensjon. Den spesifikke konfigurasjonen av relasjonen mellom disse konstruktene må være empirisk bestemt for hver spesifikk atferd (Ajzen, 1991; 2002).

Teorien om planlagt atferd er arvtageren til teorien om begrunnet atferd (TRA) (Ajzen og Fishbein, 1980). Videreføringen fra TRA til teorien om planlagt atferd kan bli sett på som et

forsøk på å utvikle en konseptuell modell som tar akkurat tar styrken mellom intensjoner og handlinger mer innover seg. Utvidelsen fra TRA skjer ved at oppfattet atferdskontroll inkluderes i modellen. Slik kan man anta at oppfattet atferdskontroll utgjør en viktig avgjørelse for handlingen, spesielt der hvor personlige og omgivelsesmessige barrierer eksisterer (se den brede pilen i figuren).

Oppfattet atferdskontrolls innflytelse på intensjonen er igjen avhengig av hvilken type atferdskontekst beslutningstaker står ovenfor, altså er prosessen situasjonsbestemt (Ajzen, 1991; Armitage og Connor, 2001). Er de andre faktorene stabile, vil oppfattet atferdskontroll sannsynligvis ha en positiv innvirkning på intensjoner til å utføre atferden (Ajzen, 2002). Hvis beslutningen er sett på som oppnåelig, vil beslutningstaker være mer interessert i å utføre en slik atferd (Bandura, 1997). Hvor holdninger og/eller subjektive normer har sterk innflytelse på intensjoner, antas oppfattet atferdskontroll ikke å forklare mer av variansen av intensjoner (Ajzen, 1991; Armitage og Connor, 2001).

Oppfattet atferdskontroll består egentlig av to ulike dimensjoner (Ajzen, 2002): (1) mestringsforventning ("self-efficacy") og (2) opplevd kontroll over atferd ("perceived contrabillity of behaviour").

2.5.1 Mestringsforventning

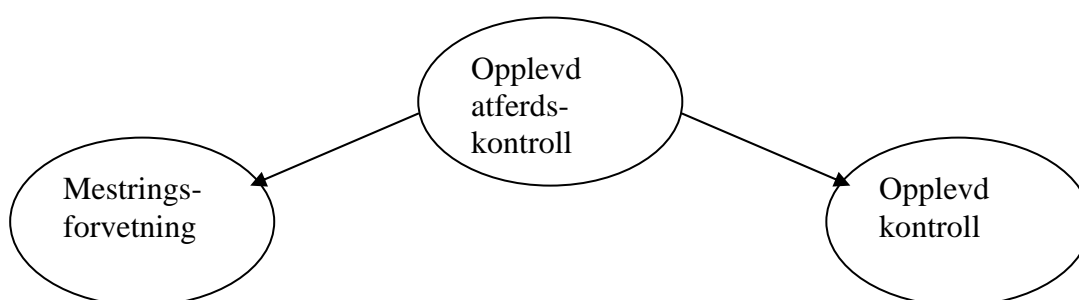
Mestringsforventning er utviklet av Bandura (1977) i forbindelse med sin læringsteori (Gist, 1987). Boyd og Vozikis (1994) hevder at individets mestringsforventning er en viktig forklarende variabel for å bestemme styrken i entreprenørielle intensjoner, og sannsynligheten for at intensjonene vil slå ut i entreprenørielle handlinger, som eksempelvis bedriftsetablering (Boyd and Vozikis, 1994; Kickul and Norris, 2004).

Mestringsforventning defineres som personens tro på at han/hun har den dyktighet som kan kreves til å utføre en bestemt oppgave (Boyd og Vozikis, 1994; Gist, 1987). Denne faktoren påvirker en persons tro med bakgrunn i hvorvidt visse mål kan oppnås. Valg, streben, anstrengelser og utholdenhet når en møter motstand og tilbakeslag, er påvirket av hvordan individet fortolker sine egne evner. Mestringsforventning er et produkt av tillært læring, gjennom utvikling av komplekse kognitive, sosiale, språklige og/eller fysisk erfaring. Ifølge Boyd og Vozikis (1994) kan individer styrke og utvikle denne tilliten på fire måter. Den første er gjennom erfaring i å mestre situasjoner. Den andre måten er læring gjennom observasjon

av andre som man sammenligner seg med. En tredje måte er via sosial overtalelse, som kan oppfattes som positiv om individet blir overbevist om at den aktuelle atferden er oppnåelig. Den fjerde måten å styrke denne tilliten på, er ved vurdering og korreksjon av egen psykologisk tilstand. Dette handler om at økt angst og bekymring kan føre til lavere selvtillit. Selvtilliten kan økes dersom man er i stand til å dempe stress og spenningsnivå.

Den mest effektive måten å utvikle en sterk følelse av mestringsforventning, er gjennom erfaring i å mestre situasjoner. Erfaringen vil være verdifull i den forstand at den bidrar til at individet vurderer sine egne framtidige prestasjoner positivt. Tilbakeslag og hindringer kan likevel innebære den nyttige lærdommen for individet, slik at vedvarende anstrengelser vanligvis er en nødvendig betingelse for å oppnå suksess (Boyd og Vozikis, 1994). Dette kan for eksempel bety at det å feile i etablering av bedrift, kan få individet til å prøve hardere i neste forsøk. Mestringsforventning er ifølge Boyd og Vozikis (1994) både oppgave- og situasjonsspesifikk. Et individ som har erfaring fra tidligere suksesser kan oppleve et høyere nivå på tilliten, når vedkommende møter tilnærmet like forhold i nye situasjoner.

Ajzen (1991) hevdet at mestringsforventning og oppfattet atferdskontroll var sammenlignbare konsepter. Senere har Ajzen (2002) innrømmet at disse to konseptene ikke er fullstendig synonyme. Ajzen (2002) hevder riktignok at de to konseptene er forholdsvis like av natur, og erklærer at oppfattet atferdskontroll konseptuelt består av to separate komponenter: mestringsforventning og oppfattet kontroll.



Figur 2.4: Ajzens (2002) syn på mestringsforventning og oppfattet atferdskontroll

Krueger og Brzeal (1994) på sin side hevder at mestringsforventning, i en entreprenørskapskontekst, tilsvarende både oppfattet mulighet i Shapero og Sokol's (1982) modell og oppfattet atferdskontroll i Ajzen's (1991) teori om planlagt atferd.

Å benytte mestringsforventning som en forklaringsvariabel for intensjon er ikke i konflikt med Banduras (1997) tankegang. Bandura (1997) har selv hevdet at mestringsforventning er en bestemmende faktor for intensjoner, og poengterte at konseptet om mestringsforventning og intensjoner, kan skilles både empirisk og konseptuelt. Videre har Bandura (1997) anerkjent at empiriske tester indikerer at oppfattet atferdskontroll tilsvarer mestringsforventning, og videre at konseptet har en lignende indirekte og direkte innflytelse på utførelsen.

Hvor mestringsforventning dreier seg om oppfattede kapabiliteter, relaterer oppfattet atferdskontroll til den oppfattede graden av hvorvidt det er lett eller vanskelig å utføre den bestemte handlingen. Ifølge Armitage og Connor (2001) har også flere forskere stilt spørsmål om de to konseptene er synonyme. Konseptene har forskjellig mening i den sammenheng, at mestringsforventning handler om interne, kognitive persepsjoner av kontroll, og at oppfattet atferdskontroll handler mer om generelle eksterne faktorer (Armitage og Connor, 2001; Bandura, 1986). Armitage og Connor (2001) har konkludert med at selv om både mestringsforventning og oppfattet atferdskontroll er nyttige indikatorer på intensjon og atferd, er mestringsforventning den foretrukne konstruksjonen i Ajzen's (1991) modell. Isaksen (2006) benytter i sin studie konseptet om mestringsforventning, istedenfor oppfattet atferdskontroll.

I denne sammenhengen er det grunn til å anta at subjektive normer har en effekt på både holdning og mestringsforventning. Det er mange forfattere som ville stille seg bak en slik argumentasjon (Cooper, 1993; Scherer Brodzinsky og Wiebe, 1991; Matthew og Moser, 1995).

Det fremstår altså klart at mestringsforventning utgjør et godt alternativ til oppfattet atferdskontroll i Ajzens (1991) modell. På den andre siden, dette relaterer til atferdsforskning generelt, og ikke nødvendigvis til rene entreprenørskapsstudier. Konseptet om mestringsforventning er riktignok passende i en entreprenøriell kontekst, ofte karakterisert ved ambisiøshet og høy usikkerhet. Boyd og Vozilis (1994) foreslår at konseptet er assosiert med styrken av entreprenørielle intensjoner (for eksempel intensjoner for å starte en bedrift), og sannsynligheten for at intensjonen vil predikere entreprenørielle handlinger (for eksempel å faktisk starte en bedrift). Konseptet dreier seg altså om sannsynligheten for å initiere en spesifikk atferd, og er relatert til hvor lenge mennesker står på sitt under høy usikkerhet (Krueger og Brazeal, 1994). Hvor mye innsats et individ legger i en bestemt oppgave og hvor

lenge vedkommende vil fortsette, uavhengig av eventuelle motstandskrefter og tilbakeslag, influeres av individets egen persepsjon av egne kapabiliteter relatert til oppgaven (Bandura, 1991; 1997).

Vi kan skille mellom generell mestringsforventning og spesifikk entreprenøriell mestringsforventning. Forskning har vist at personer som er selvstendig næringsdrivende i gjennomsnitt scorer høyere enn personer som er ansatt når det gjelder generell mestringsforventning (Bradley og Roberts, 2004). Spesifikk entreprenøriell mestringsforventning er imidlertid mer interessant, fordi dette er med på å identifisere mer konkret kompetanse som er nødvendig for å lykkes som en entreprenør. Forklaringskraften ved mestringsforventning antas å bli dårligere om målene som benyttes er for generelle (Bandura, 1997; Chen, Greene og Crick, 1998; Gist, 1987). Dette henger igjen sammen med at mestringsforventning er oppgave- og situasjonsbestemt. Imidlertid hevder, ironisk nok, Kolvereid og Isaksen (2005) at et mer generelt mål på mestringsforventning, vil gi god forklaringskraft.

Det er utviklet flere mål på entreprenøriell mestringsforventning: (1) evne til å håndtere uventede utfordringer (DeNoble, Jung og Ehrlich, 1999), (2) evne til å ta risiko (Chen et al., 1998), (3) evne til å utvikle nye produkter og markeder (DeNoble et al., 1999), (4) evne til å styre økonomien (Anna, Chandler, Jansen og Mero, 2000) og (5) evne til å ivareta relasjonen med investorer (DeNoble et al., 1999).

Chen et al. (1998) og DeNoble et al. (1999) undersøkte sammenhengen mellom mestringsforventningsfaktorer og intensjonen for å etablere en bedrift. Chen et al. (1998) identifiserte entreprenørielle roller og oppgaver basert på litteraturkilder² i tillegg til rene intervjuer med entreprenører. Chen et al. (1998) fant fem roller i sine funn (markedsføring, innovasjon, ledelse, risikoorientering og finansiell styring). DeNoble et al. (1999) rapporterte å ha identifisert relevante evner og atferd fra relevant litteratur³. Etter å ha gjennomført intervjuer med entreprenørene identifiserte DeNoble et al. (1999) seks dimensjoner: (1) utvikle nye produkter eller markedsmuligheter, (2) bygge en innovativ kultur, (3) initiere relasjoner med investorer, (4) definere hovedformålet, (5) takle uventede hendelser og (6) utvikle kritiske menneskelige ressurser. Felles for alle disse målene er imidlertid at de er

² Long (1983), Miner (1990; 1993) og Kazanjian (1988).

³ Gartner (1989), Miner (1990) og Robinson, Shaver og Wrightsman, (1991).

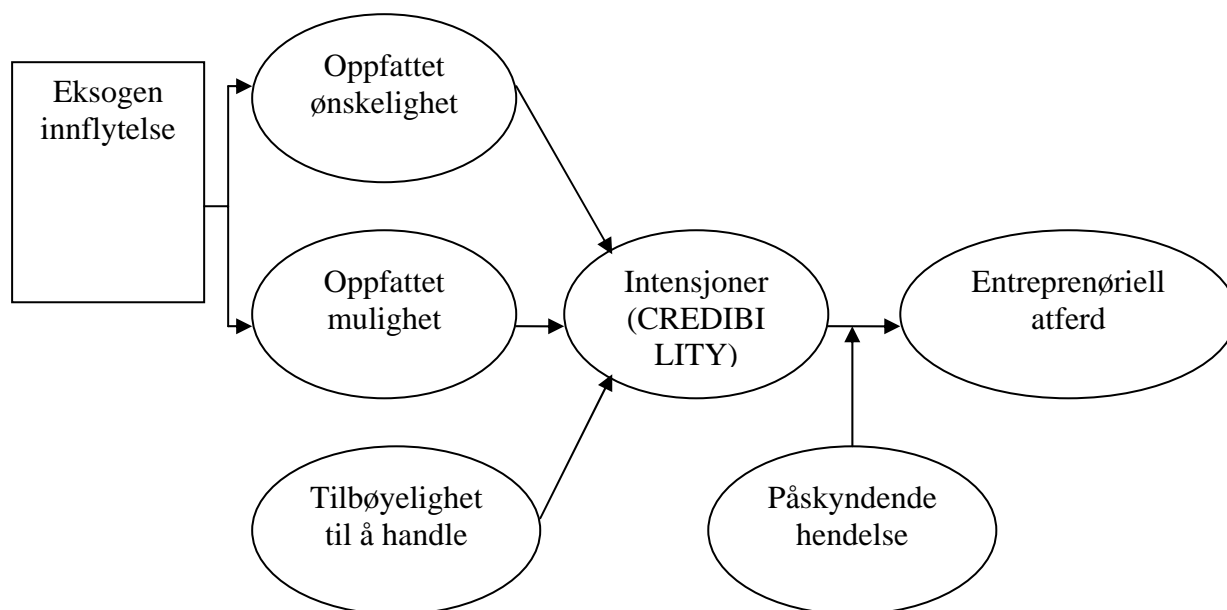
konstruert for å forutsi vekst i bedrifter og er derfor lite egnet til å forutsi entreprenørielle intensjoner eller oppstart av bedrifter (Isaksen og Kolvereid, 2006).

2.6 Shapero og Sokols modell om den entreprenørielle begivenhet

Hvor Ajzens modell har sitt opphav i sosialpsykologi, er Shapero's modell opprinnelig en ren intensjonsmodell innen entreprenørskapsparaplyen. Shapero og Sokol (1982) anså for det første å undersøke hva som utløste begivenheten (hva som førte til en forandring i entreprenørens atferd). Med oppmerksomheten rettet mot dette, foreslo Shapero og Sokol (1982) at den entreprenørielle begivenheten er mer sannsynlig til å bli utløst av negativ informasjon (for eksempel å få sparken, skilsmisse, frustrasjon, misfornøyd), enn positiv informasjon (for eksempel å få tilbud om finansiell støtte, partnerskap). Hvorvidt begivenheten utløses av negativ eller positiv informasjon, leter beslutningstaker etter den best tilgjengelige muligheten. Dette er hovedforskjellen mellom teorien om planlagt atferd og modellen om den entreprenørielle begivenhet.

Med bakgrunn i karrierevalg introduserte Shapero og Sokol (1982) konseptene om oppfattet ønskelighet og mulighet. For at den entreprenørielle begivenhet skal være sett på som et realistisk alternativ, må beslutningstaker oppfatte en slik hendelse som både ønskelig og mulig. Oppfattet mål på om det er ønskelig å etablere en bedrift influeres av sosiale og kulturelle faktorer (for eksempel venner og kollegaer). Oppfattet mål på om det er mulig å etablere en bedrift på bakgrunn av egne og individuelle kapabiliteter. I tillegg er intensjonen bestemt av en viss tilbøyelighet til å handle.

Basert på arbeidet til Shapero og Sokol (1982), utviklet Krueger og Carsrud (1993) modellen om den entreprenørielle begivenhet videre. Intensjon mot entreprenøriell atferd krever at handlingen er oppfattet både som ønskelig og mulig. I tillegg er intensjonen avhengig av en viss tilbøyelighet til å ta beslutning. Dette tilføyer ifølge Krueger og Carsrud (1993) en viljestyrt holdning til modellen. Eksogen innflytelse (sosiale og kulturelle faktorer) antas å ha en indirekte effekt på intensjoner, gjennom effekten om begivenheten er ønskelig og mulig. Siden modellen antar treghet og sløvheter i menneskelig atferd (Krueger et al., 2000) for at intensjonen skal konverteres til handling, må en påskyndende hendelse oppstå (for eksempel at beslutningstaker blir arbeidsledig), og dermed la beslutningstaker følge sine intensjoner med å etablere en bedrift (Krueger, 2003).



Figur 2.5: Krueger og Carsruds (1993) versjon av Shapero og Sokols (1982) modell av den entreprenørielle begivenhet

Det har i denne modellen blitt gjort forsøk på å operasjonalisere konseptene (Krueger, 1993; Krueger og Carsrud, 1993; Krueger og Brazeal, 1994; Krueger et al., 2000). Modellen har også blitt empirisk testet. Krueger (1993) testet modellen på universitetsstudenter og deres karrierebeslutninger. Resultatene bekreftet relevansen av de tre ovennevnte komponentene i Shapero og Sokols modell.

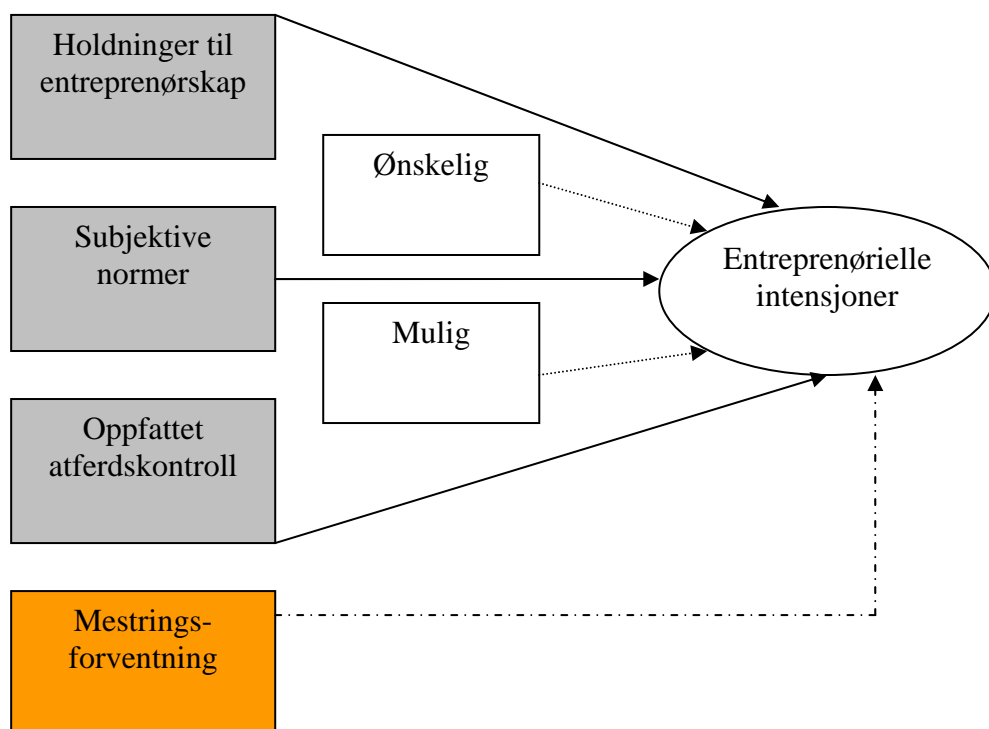
Krueger et al. (2000) sammenlignet teorien om planlagt atferd med modellen om den entreprenørielle begivenhet. Modellene ble empirisk testet, og bekreftet til å ha gode predikasjonsevner knyttet til intensjoner for å etablere bedrift. Krueger et al. (2000) konkluderte med at begge modellene er velegnede for å forstå prosessen ved uansett type organisatorisk fremkomst. Det har også vært en dreining mot mer integrerte modeller, for eksempel ved å smelte sammen Ajzen's og Shapero's modeller, og ved å inkludere andre faktorer i tillegg (Henry et al., 2003). Slike integrerte modeller kan være mer nyttige enn enkeltstående modeller, siden bedriftsetablering og intensjoner for bedriftsetablering er en særdeles komplisert prosess.

2.7 Spesifisering av forskningsmodell

Opgavens forskningsmodell er skapt på bakgrunn av både Ajzen's (1991) teori om planlagt atferd og Shapero og Sokol's (1982) modell om den entreprenørielle begivenhet. I tillegg taes

inn Banduras (1997) konsept om mestringsforventning, da oppfattet atferdskontroll antas basert på mestringsforventning, tidligere erfaringer og fremtidige barrierer (Henry et al., 2003). Ved siden av at disse konseptene antas å være korrelert, antas det også at mestringsforventning har en direkte og indirekte effekt på entreprenørielle intensjoner (Ajzen, 2002; Henry et al., 2003; Bandura, 1997; Boyd og Vozikis, 1994; Armitage og Connor; 2001).

Selv om intensjonsmodeller er nyttige verktøy for å forstå entreprenørielle prosesser i lys av teoretiske og praktiske implikasjoner, kommer de ikke uten begrensninger. Dette kan for eksempel belyses gjennom bruken av måleverktøyet, hvorvidt tilliten til undersøkesskjemaet er passende og god nok. Å måle slike kognitive variabler impliserer iøynefallende vanskeligheter (Reynolds, 1997). Selv om oppgavene gir forskningen nyttig innsikt, tenderer de å mangle spissfindigheter i den individuelle historien, omstendigheter, kontekster og kompleksiteter (Nabi, Holden, Walmsley, Harte, Jameson, Kyriakidou og Price; 2006). De empiriske oppgavene i entreprenørskapsforskningen har tendert til å variere veldig, og det er derfor nødvendig med et mer standardisert måleinstrument for entreprenørielle intensjoner (Liñán og Chen, 2006). Dette illustrerer relevansen av å inkludere Banduras konsept om mestringsforventning i forskningsmodellen.



Figur 2.6: Oppgavens forskningsmodell og forskningsspørsmål

Forskningsspørsmål 1: Hvordan er teorien om planlagt atferd relatert til entreprenørielle intensjoner?

Ifølge teorien om planlagt atferd er holdninger til atferden en nøkkelforutsetning for å forklare intensjoner. Tidligere forskning har vist at holdninger til atferden er positivt relatert til intensjoner om å bli selvstendig næringsdrivende (Kolvereid, 1996a), likeså intensjoner til å starte en bedrift (Krueger et al., 2000). Subjektiv norm reflekterer hvordan det sosiale presset virker inn på individets egen utforming av intensjoner. Ifølge teorien om planlagt atferd er det et positivt forhold mellom subjektiv norm og intensjoner. Kolvereid (1996a) verifiserte dette forholdet empirisk med hensyn til studenters intensjoner for selvstendig næringsdrivende. Er de andre faktorene stabile, vil oppfattet atferdskontroll sannsynligvis ha en positiv innvirkning på intensjoner til å utføre atferden (Ajzen, 2002). I denne oppgaven betraktes forholdet mellom holdninger, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll. Følgende hypotese utvikles:

Hypotese 1: Holdninger, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll er positivt signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner

Forskningsspørsmål 2: Hvordan er modellen om den entreprenørielle begivenhet relatert til entreprenørielle intensjoner?

Krueger (1993) fant ut at entreprenørielle intensjoner drevet av begivenheten, er oppfattet som både ønskelig og mulig, i tillegg til å være inkludert av tilbøyeligheten til å handle. I denne oppgaven betraktes forholdet mellom denne oppfattede ønskelighet og mulighet.

Hypotese 2: Oppfattet ønskelighet og mulighet er positivt signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner, drevet av den entreprenørielle begivenhet

Forskningsspørsmål 3: Hvordan er konseptet om mestringsforventning relatert til entreprenørielle intensjoner?

Som diskutert tidligere er det visse likhetstrekk med konseptene om oppfattet atferdskontroll og mestringsforventning (Krueger og Brzeal, 1994; Ajzen, 1991, Bandura, 1997). Armitage og Connor (2001) har konkludert med at selv om begge konseptene er nyttige indikatorer på

intensjon, er mestringsforventning den foretrukne konstruksjonen i Ajzen's (1991) modell. Boyd og Vozilis (1994) foreslår at konseptet om mestringsforventning, er mer passende ved entreprenørskapsforskning, enn konseptet om oppfattet atferdskontroll.

Hypotese 3: Holdninger, subjektive normer og mestringsforventning er positivt signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner

Chen et al. (1998) og Gist (1987) hevder at forklaringskraften blir dårligere dess mer generelle mål man har på mestringsforventning. Undersøkesskjemaet bygger på slike generelle mål på mestringsforventning (Schwarzer og Jerusalem), og vi er derfor ute etter å se forklaringsgraden på dette.

Isaksen (2006) og Jenssen et al. (2006) konkluderer med at det ikke er utviklet spesifikk gode nok mål på entreprenøriell mestringsforventning. Som argumentert for tidligere er entreprenørskap et komplekst fenomen, som må studeres i sin opprinnelige kontekst. Chen et al. (1998) anbefaler også om å identifisere spesifikke oppgaver innen entreprenørskapsparaplyen, og bevege seg bort fra de generelle mål på mestringsforventning. Dette er i tråd med Banduras (1997) syn.

Denne oppgaven søker å følge disse anbefalingene ved å identifisere spesifikke oppgaver som synes relevante ved forklaring av entreprenørielle intensjoner. Dette gjøres i norsk kontekst etter anbefalinger fra Isaksen (2006).

3. Metode

Hovedtemaet i dette kapitlet er diskusjon av metoden som benyttes for å besvare oppgavens forskningsspørsmål. Først gjør det redet for hva metode er og hvilket vitenskapsteoretisk ståsted oppgaven har. Videre forklares det hvordan datainnsamlingen har foregått. Viktige momenter som populasjon og utvalg presenteres også. Det beskrives hvordan databehandlingen har foregått og hvilke statistiske fremgangsmåter som vil bli benyttet videre i oppgaven. Til slutt drøftes reabilitet og validitet.

3.1 Hva er metode?

Planmessig fremgangsmåte er gjerne et annet navn på metode (Gripsrud, Olsson og Silkoset, 2004). Hvilken planmessig fremgangsmåte som er best egnet i en gitt situasjon, avhenger av både mål og ressurser. Metode er en nødvendig forutsetning for å kunne gjøre et seriøst undersøkelses- og forskningsarbeid (Holme og Solvang, 1986), og for å finne en sammenheng mellom en oppgaves problemstilling, litteraturstudie, analyse og konklusjon, blir det viktig å velge riktig fremgangsmåte. Snevert definert er metode en håndverksmessig side av vitenskapelig virksomhet, eller mer presist læren om de verktøy som kan benyttes for å samle inn informasjon (Halvorsen, 1993).

Gjennom å bruke ulike metoder kan man forbedre og skjerpe oppdagelsesevnen, slik at man kan se årsaker bak hendelser og meninger bak handlinger. Konkret i denne oppgaven vil dette altså grovt sett si hvorvidt de uavhengige variablene kan forklare den avhengige variabelen.

For å drøfte slike metoder på en forsvarlig måte er det først nødvendig å si noe om hva som menes med vitenskap. Dette beveger oss over i vitenskapsteori som fagområde. Formålet med vitenskap er å skape en viten eller kunnskap om en del av verden. Det er to avgjørende spørsmål man må ta stilling til: (1) Kan den delen av verden vi interesserer oss for, forutsettes å være objektivt gitt? (2) Mener vi at målet for vår virksomhet er å *forklare* hvordan ulike fenomener henger sammen ved å avdekke generelle lover, eller er målet å tolke og *forstå* forskjellige fenomener? Svarene på disse to spørsmålene avgjør langt på vei hvilken vitenskapsteoretisk posisjon vi har.

3.2 Vitenskapsteoretisk ståsted

Positivismen og sosialkonstruktivismen utgjør de to hovedtradisjonene i menneskevitenskapelig forskning (Easterby-Smith, Thore, Lowe; 2002). Hovedvalget en forsker innenfor enhver menneskevitenskap står ovenfor, representerer å slutte seg til en av disse to tradisjonene (Nyeng, 2004). Det er flere markerte skiller mellom disse retningene som får betydning for den praktiske forskningen. Dette gjelder både på det ontologiske og epistemologiske ståsted. Med ontologi menes hva vitenskapen akkurat handler om, hvilke økonomiske gjenstander som finnes.

Positivismens ontologiske ståsted, i sin strengeste forstand ser på virkeligheten som en objektiv bestemt sannhet det er forskerens mål å kartlegge. Forskeren skal derfor ikke involvere seg aktivt og bidra subjektivt til forskningen, men mer observering og rapportering fra et utenforstående ståsted. Således legger positivismen vekt på at forskningen skal være verdifri og objektiv.

Sosialkonstruktivismen på sin side hevder virkeligheten er sosialt konstruert, subjektiv og i stadig endring. Retningen legger vekt på at delen av et system og systemet som helhet er gjensidig knyttet til hverandre. Fenomenet som skal studeres kan dermed ifølge sosialkonstruktivismen ikke isoleres og sees uavhengig av den konteksten det opptrer i (Easterby-Smith et al., 2002).

Epistemologi handler om synet på hva som er akseptert og relevant kunnskap. Et positivistisk ståsted dreier seg om at kunnskap bare er gyldig hvis det baserer seg på observerbare og målbare egenskaper ved selve fenomenet. Sosialkonstruktivismen bærer det motsatte synet, nemlig ved å fokusere på meningen mennesket plasserer på de sosiale fenomen (Easterby-Smith et al., 2002).

Det er også flere andre kontraster mellom positivistisk og sosialkonstruktivistisk forskningsmetodikk. Når virkeligheten oppfattes som forutbestemt og stabil, blir det derfor et mål å finne allmenngyldige sannheter. Forskningen i positivistisk tradisjon skal derfor være teoridrevet, hvor siktemålet er å bygge videre på eksisterende teori gjennom hypotetisk deduktiv metode (Blaug, 1992). Teorien skal avdekke og forklare generelle fenomener eller såkalte "fenomenfakta". Et fenomen er nettopp et fenomen ved å opptre lovmessig. Uten

lovmessigheter ingen fenomener, og uten fenomener ingen mulighet for generell, enhetlig vitenskaplig kunnskap. Her kommer vi inn på den sterke troen på lovmessigheter, og troen på vitenskapens evne til å avsløre dem og formulere dem kvantitativt, som altså preger positivismen. I et sosialkonstruktivt perspektiv er generalisering mindre interessant, fordi forskeren ønsker å forstå fenomenet som studeres i den spesielle konteksten. I et slikt perspektiv er altså forskeren direkte involvert i det sosiale system. Mens positivismen anerkjenner større representative undersøkelser og statistiske sannsynligheter, som forskningsmetodikk for å generalisere på bakgrunn av en større populasjon, vil sosialkonstruktivismen istedenfor fokusere på et mindre antall teoretiske abstraksjoner.

Det metodiske opplegget som er skissert for denne oppgaven fremstår i en positivistisk tradisjon. For det første legger forskningsspørsmålene opp til at en slik forskningsmetodikk synes passende. For det andre er forskningsmodellen og hypotesene linket opp mot forskningsmodellen.. For det tredje har denne oppgaven som mål å identifisere sammenhenger mellom de uavhengige variablene og de avhengige variablene. For å teste denne sammenhengen mellom variablene, vil kvantitative metoder og statistiske tester bli benyttet. Denne karakteristikken er ifølge Easterby-Smith et al. (2002) positivistisk av natur.

Aktuell og relevant litteratur danner grunnlag for utledning av hypoteser om hvordan entreprenørielle intensjoner kan forventes å være. Oppgaven designes så for å teste disse hypotesene, og trekke konklusjoner på vegne av populasjonen. Å trekke konklusjoner etter testing av hypoteser, gjøres etter falsifikasjonsprinsippet som definert av Popper (Blaug, 1992). Resultater som er i samsvar med hypotesen gir støtte til denne, men er ikke uttrykk for noen endelig bekreftelse av at hypotesen stemmer. Testing av hypotesene baseres på de variablene som er operasjonalisert til formålet, og de dataene som er innsamlet.

Det metodiske arbeidet vil alltid være et resultat av vurderinger, kompromisser og forutsetninger. Det er dermed visse argumenter for at en slik oppgave ikke bygger på en ren positivistisk tradisjon. Statistiske teknikker vil alltid være kombinert med skjønn, som danner grunnlag for analysene. Slik vil man som forsker stå ovenfor usikkerhet knyttet til om hypotesene testes på en optimal måte. Falsifikasjonsprinsippet vil håndtere denne usikkerheten, ved å si at en hypotesetest enten forkaster hypotesen, eller den feiler å forkaste hypotesen. Det siste er da bare en indirekte støtte til at hypotesen kan være sann, uten at den er noen endelig bekreftelse av hypotesen.

3.3 Forskningsdesign

Å konstruere et passende forskningsdesign er viktig for å oppnå målet ved forskningen. Easterby-Smith et al. (2002:43) spesifiserer:

”research designs are about organizing research activity, including the collection of data, in ways that are most likely to achieve the research aims”.

Med andre ord inneholder forskningsdesignet viktige momenter ved planlegging av datainnsamlingsprosessen, slik at man lettere skal skaffe relevante svar på forskningsspørsmålene. Forskningsdesignet skal bidra til en effektiv fremskaffelse av den ønskede informasjonen innenfor de rammene forskeren må forholde seg til. Valg av forskningsdesign kan derfor sees på som en slags overordnet strategi for å skaffe tilveie ønsket informasjon (Ghuri og Grønhaug, 2002). Designet forklarer hvordan man konkret skal gå frem for å hente informasjon fra virkeligheten (Halvorsen, 2003). Forskningsdesignet omfatter med andre ord alle stadiene i forskningsprosessen etter at formålet er bestemt.

Valg av forskningsdesign avhenger av hvor mye vi vet om et område, og hvilke ambisjoner vi har med hensyn til å analysere og forklare sammenhenger (Gripsrud, Olsson og Silkoset, 2004). Hellevik (1999) presenterer tre ulike forskningsdesign; eksplorerende (utforskende), deskriptivt (beskrivende) og forklarende (hypotesetestende, årsak-virkning).

Oppgaven bygger på eksisterende vitenskapelig forskning, og det finnes flere teoretiske modeller som bygger på entreprenørielle intensjoner. Tidligere teoretiske og empiriske studier har identifisert relevante variabler for denne oppgavens oppbygning. Slik sett får man en bred forståelse av hvilke faktorer som bør inkluderes i undersøkelsen. I denne oppgaven er det utformet tre forskningsspørsmål, hvor hensikten er å undersøke et antatt påvirkningsforhold mellom ulike forskningsmodellens ulike variabler. Siden det forsøkes å finne sammenhenger mellom flere ulike variabler, er det naturlig å velge et forklarende forskningsdesign. Erfaring, teori og ambisjonsnivå tilsier at det forklarende forskningsdesignet passer helt klart best til denne oppgavens formål.

Et ønske om generalisering legger føringer for oppgavens forskningsdesign. Det er derfor som naturlig å benytte et kvantitativt design på denne oppgaven. Dette er den vanligste og sikreste

metoden for å gjøre generalisering mulig. Ved å undersøke et utvalg av studenter som er tilstrekkelig stort til å være statistisk representativt for hele gruppen, kan også resultatene fra undersøkelsen sies å representere hele gruppen. Kvantitativ metode går i bredden og tar sikte på å formidle forklaringer. Ved bruk av kvantitativ metode kan informasjon formes til målbare enheter, og muliggjør statistiske beregninger. Det vil være en bevisst strategi å være så varsom som overhodet mulig ved prinsippet om generalisering. Det poengteres her at generalisering ikke vil være det ultimative målet ved hele oppgaven.

Når det gjelder datakilder går det et hovedskille mellom primær- og sekundærdata. Det vil si egne, eller allerede eksisterende data som undersøkelsen skal baseres på. Egne data er originale data samlet inn av forskeren på bakgrunn av den aktuelle problemstillingen, mens eksisterende data er samlet inn av andre årsaker, som kan være forskjellig fra problemstillingen. Ingen tilgjengelige sekundærdata ble funnet relevant for å svare på forskningsspørsmålene og for å teste modellen. I tillegg var det ønskelig å nå et større antall respondenter. Det var derfor nødvendig å samle inn primærdata.

Kvantitativ forskningsmetode krever innsamling av store mengder data. Tid og kostnader er faktorer som avgrenser muligheten for datainnsamling. I tillegg må reliabilitet vurderes ved valg av innsamlingsmetode. Med dette menes det at den faktiske informasjonen i minst mulig grad påvirkes av selve innsamlingsmetoden. Ulike metoder har ulike egenskaper som både veier positivt og negativt. Easterby-Smith et al. (1991) skiller mellom fire måter å samle inn data på ved hjelp av kvantitativ forskning. Det er intervju, spørreskjema, måling ved tester og observasjon.

3.4 Datainnsamling

For å samle inn data ble et spørreskjema benyttet. Det er flere fordeler med dette. For det første er det lett å administrere og distribuere. I tillegg er spørreskjema et instrument som gir en standardisert kommunikasjon. Ikke minst ivaretaes anonymiteten til respondenten. Hver respondent får i tillegg et likelydende eksemplar, med de samme spørsmålene og de samme svarmulighetene. Dette sikrer en større grad av reliabilitet.

I utarbeidelsen av spørreskjemaet er det viktig å operasjonalisere begrepene godt, slik at det ikke levner noen tvil om hva man spør etter (Aadland, 1997). I stor grad bygger spørsmålene på tidligere undersøkelser, se under operasjonalisering.

Siden spørreskjemaet ble utført elektronisk, blir ikke spørsmål og svar påvirket av personlig interaksjon mellom forsker/respondent, ei heller mellom respondent/respondent. Det kan likevel være visse usikkerhetsmomenter knyttet til den elektroniske fremgangsmåten, slik at man kanskje heller burde valgt en manuell fremgangsmåte. Dette problemet kan oppstå om spørsmålene synes uklare for respondenten, slik at forsker eventuelt burde forklart spørsmålene bedre. Den elektroniske tilnærmingsmåten ble imidlertid valgt på grunn av tids- og ressurskostnader. I tillegg kan en manuell tilnærmingsmåte resultere i at forsker stiller mer ledende spørsmål enn han egentlig burde, om spørsmålene synes uklare for respondenten. Spørreskjemaet er med god grunn konstruert nøytralt, med klare svaralternativer. Det kan ofte være et problem med lav svarprosent med tanke på elektronisk spørreskjema, derfor ble det valgt å lodde ut en premie til en av de som fullførte undersøkelsen, for å øke svarandelen.

Hele undersøkelsen bygger på 9 uavhengige variabler som forsøker å forklare entreprenørielle intensjoner, som avhengig variabel. I denne oppgaven har jeg ikke tatt hensyn til alt tilgjengelig datamateriale, da det faller utenfor oppgavens problemstilling og forskningsspørsmål. For hvilke variabler som benyttes, se under operasjonalisering.

Ifølge Ringdal (2001) er momenter som struktur, utforming og språkbruk. Skjemaet var opprinnelig på engelsk. Det ble oversatt til norsk, og godkjent av faglige veiledere. Videre ble skjemaet testet i norske forhold. En pilottest på 8 respondenter ble gjennomført, og kommentarer, råd og innspill fra respondentene ble tilpasset den endelige versjonen av spørreskjemaet. Undersøkelsesskjemaet ble lagt ut tilgjengelig for målgruppen på studentenes elektroniske oppslagstavle, ClassFronter. Undersøkelsesskjemaet har vært tilgjengelig elektronisk i 14 dager. I tillegg ble det sendt ut en informasjonsmail, samt 3 purringer på e-post.

3.5 Populasjon og utvalg

Det teoretiske universet, populasjonen, er alle enhetene som inngår i problemstillingen og som forskeren ønsker å si noe om, på bakgrunn av sin undersøkelse (Hellevik, 1999). I denne oppgavens populasjon regnes økonomistudenter på forskjellige nivå, tilknyttet Handelshøgskolen i Bodø. I populasjonen har man inkludert både bachelor- og masterstudenter. Førsteårsstudentene er ekskludert. Dette betyr at populasjonen er på totalt 410 respondenter.

Ikke alle studentene benytter seg jevnlig av Classfronter. Dessuten er det en viss andel av feilregistrerte e-post adresser. I tillegg er det alltid noen som bevisst ikke tar seg tid til å gjennomføre slike undersøkelser. 298 respondenter var ikke mulige å nå av blant annet slike årsaker. Utvalget, undermengde av populasjonen som en faktisk foretar målinger av, er således redusert til 112. Utvalget på 112 ble altså brukt som grunnlag for analysen. Jacobsen (2003) hevder at et utvalg bør være på over 100 respondenter for at analysen skal gi fornuftig nok informasjon, og for å unngå for store feilmarginer. Svarandelen utgjør totalt 27,3%.

I den multivariate analysen, hvor alle uavhengige variabler inngår i en modell, er det nødvendig at alle respondentene har svart på de gjeldende spørsmålene som danner grunnlag for variablene. Utvalget er derfor ytterligere redusert avhengig av hvilken type multivariat analyse. Henholdsvis er utvalget på 112, redusert med 9 personer i testing av hypotese 1, 8 personer i testing av hypotese 2 og 10 personer i testing av hypotese 3.

3.5.1 Utvalgets representativitet og bortfallsanalyse

Av de 112 som svarte på undersøkelsen, var kvinneandelen 25% (50 stk). Menn hadde en svarprosent på 29,5% (62 stk). 29,7% av respondentene var under 23 år (33 stk), 47,7% var mellom 24-28 år (53 stk) og 22,6% var over 28 år (25 stk). Alderen varierte fra 20 år som det yngste, til 47 år som det eldste. 23,4% av respondentene befant seg i akademisk sammenheng på bachelornivå (64 stk), mens 35% av respondentene befant seg på masternivå (48 stk).

Manglende data kan være årsak til skjevheter i utvalgene og dermed hindre generalisering på bakgrunn av populasjonen. Hair et al. (1998) hevder at manglende data er skadelig, ikke bare fordi kan skjule skjevheter, men også på grunn av dens praktiske innvirkning på størrelsen på utvalgene som er tilgjengelig for analyse. Manglende data kan oppstå på flere måter. For eksempel nevner Hair et al. (1998) dette kan være forårsaket av forskeren selv (feil eller mangler ved innlegging av data) eller forårsaket av respondenten (ved at vedkommende nekter å svare på spørsmål).

Spørsmålet om hvilket akademisk nivå respondenten var tilknyttet hadde flere alternativer("J12"): (1) "Økonomi og ledelse år 2", (2) "Økonomi og ledelse år 3", (3), "Master of Science in Business år 4", (4) "Master of Science in Business år 5", (5) Master of Energy Management år 4 eller år 5, (6) "Annet". Det var 5 respondenter som svarte "Annet".

Det opprinnelige datamaterialet viste følgende frekvensfordeling: (1): 32 stk., (2): 27stk., (3): 3 stk., (4): 31stk., (5): 14stk., (6): 5stk.

Siden det var en svært lav andel respondenter fra svaralternativ 3, ble det besluttet å kategorisere disse inn i kun to nivå: bachelornivå og masternivå. Bakgrunnen for det opprinnelige valget av kategorien (6) "Annet", skyldes at det finnes så mange forskjellige retninger på bachelornivå (økonomi/eksport, økonomi/personalledelse, revisjon/regnskap). Respondentene i kategorien "Annet" ble derfor inkludert på bachelornivå, hvor de altså hører hjemme.

Om manglende data er et alvorlig problem, avhenger om frafallet er tilfeldig spredt eller om det finnes et spesielt mønster i de manglende dataene (Hair et al., 1998). For å bestemme denne graden av tilfeldigheter ble utvalgets responser sammenlignet med frafallet. For å undersøke om det var forskjeller ble det gjennomført en kjikvadratstest.

Det ble valgt å kjøre alder og akademisk nivå i bortfallsanalysen. Andre relevante variabler som i teorien kunne blitt inkludert i bortfallsanalysen (alder og foreldre som selvstending næringsdrivende) ble vurdert, men på grunn av ekstreme tids- og energikostnader ble dette vurdert som uaktuelt. Majoriteten av et slikt arbeid måtte i tilfelle ha blitt utført manuelt.

Akademisk nivå	Svar	Svar i %	Ikke svar	Ikke svar i %	Totalt	Kjikvadrat
Bachelor	64	23,4 %	214	78,4 %	273	
Master	48	35,0 %	89	65,0 %	137	
n	112		303		410	0,000 s
Kvinne	50	25,0 %	150	75,0 %	200	
Mann	62	29,5 %	148	70,5 %	210	
n	112		298		410	0,954 is

Tabell 3.1: Oversikt over populasjon og utvalg
is = ikke signifikant. s = signifikant.

Den første bortfallsanalysen viser signifikante forskjeller mellom akademisk utdanningsnivå. Det kan tenkes seg naturlige forklaringer for akkurat dette, men dette utgjør likevel et mulig problem for den videre bruk av dataene. Man kan anta at masterstudenter har en større andel av flittigere og mer pliktoppfyllende studenter, noe man kan lese ut av svarprosenten i forhold til bachelorstudentene. Man hadde uansett forventet en høyere svarandel fra studentene på bachelornivå. Uansett er ikke dette et overraskende resultat.

Når det gjelder den videre bruken av dataen, vil det i samtlige regresjonsanalyser kontrolleres for akkurat dette problemet. Først vil hypotesene testes på bakgrunn av de opprinnelige variablene som skulle inkluderes i de respektive regresjonsligninger. Deretter vil det bli kontrollert for om det vil ha noen konsekvens for regresjonsligningen om variabelen, ”akademisk utdanningsnivå”, inkluderes i de respektive regresjonsligninger. Det anerkjennes herved problemet som har oppstått, men det prøves bevisst å gjøre det beste ut av det foreliggende datamaterialet.

Som antagelse og på ren intuisjon, kan man argumentere for at skjevheten ikke vil ha noen innvirkning på bruken av datamaterialet videre. Hadde man hatt tilgang til en større antall populasjon, slik at utvalget på bachelor- og masternivå besto av cirka 100 respondenter på hvert nivå (totalt 200 respondenter), kunne man benyttet datamaterialet videre på bakgrunn av to forskjellige utvalg. Siden utvalget kun består av 112 respondenter er dessverre ikke dette mulig å gjøre, da antallet på bachelor- og masternivå er for lavt. I tillegg må dette veies opp mot hvilken forskningsmetodikk som ligger til grunn. I denne oppgaven gir hypoteseformuleringene forventninger til positiv betaverdi, siden de uavhengige variablene forventes å ha en positiv signifikans med den avhengige variabelen. Dette gir oss litt flere valgmuligheter i regresjonsanalysen, om vi skulle møte på problemer. Vi kan for eksempel velge å utføre en ensidig test, ved å dele p-verdien på 2.

Den andre bortfallsanalysen viser ingen signifikante forskjeller mellom alder. Dette styrker utvalgets representativitet på dette punktet, og det eksisterer derfor ingen kjønnsforskjeller i utvalget mot frafallet. Man vil derfor ikke ha noen problemer med å generalisere på bakgrunn av kjønn.

3.6 Behandling av datamaterialet

Her beskrives de statistiske beregningene som benyttes for å svare på oppgavens problemstilling og forskningsspørsmål. Ifølge Frees (1996) handler statistikk om å summere data og å konkludere ved hjelp av datamaterialet som foreligger. I denne delen blir det forklart noe om de analysene som inngår og de forutsetningene som ligger bak beregningene.

Ved behandlingen av dataene vil det bli anvendt univariate, bivariate og multivariate analyser. En univariat analyse går ut på at man ser på én variabel av gangen. Et typisk arbeidsverktøy i denne sammenheng er frekvensfordelinger. En bivariat analyse går ut på at man ser på to

variabler av gangen. En avhengig variabel som det forklares noe om, og en uavhengig eller forklaringsvariabel. I denne oppgaven er korrelasjonsanalyser benyttet for å undersøke samvariasjonen mellom hver av de uavhengige variablene og hver av de avhengige variablene. Multivariat analyse innebærer at man analyser en avhengig variabel og flere uavhengige variabler samtidig.

Chandler og Lyon (2001) hevder at entreprenørskap er et forskningsfelt som omfatter komplekse fenomener og sammenhenger, og legitimerer derfor bruken av komplekse modeller og avanserte analysemetoder. Hensikten med den multivariate analysen er å teste hypotesene som tidligere er blitt framsatt. Den multivariate teknikken som benyttes i denne oppgaven er multippel lineær regresjon. Hellevik (1999) peker på at forskeren vanligvis er mest interessert i å se på sammenhengen mellom to eller flere variabler, noe som kan føre til at en univariat analyse vies ingen eller liten oppmerksomhet. Denne oppgaven følger Helleviks (1999) anbefalinger om å studere hver enkelt variabls fordeling, for å legge opp analysen riktig. Det er for eksempel ikke identifisert avvikende enheter med ekstreme verdier, men oppgaven har tidligere identifisert atypiske enheter med overraskende høy fordeling⁴.

Dataanalysen er gjort ved hjelp av statistikkprogrammet SPSS 15.0. Dataene ble transportert fra en egen database og inn i Excel. Deretter ble de transportert inn i SPSS. Det var ikke mulig å transportere direkte fra databasen til SPSS på grunn av programmeringsstrukturen. Her beskrives de analysemetodene som blir benyttet for å gjennomføre beregninger av den informasjonen som har blitt samlet inn via undersøkelsesskjemaet.

3.6.1 Frekvensanalyse

Frekvensfordeling får en ved å summere opp antall enheter som er registrert på den enkelte kategoriserte verdiene i datamaterialet (Halvorsen, 1993). Dette er altså en form for univariat analyse. Man får blant annet oppgitt: antall observasjoner og gyldige og ugyldige observasjoner i prosent. Dessuten får en summert antall observasjoner. Gjennomsnittsverdier og standardavvik kan også beregnes. Standardavvik er et mål for spredningen av verdiene i et datasett eller av verdien av en stokastisk variabel. Denne er definert som kvadratroten av variansen. Frekvensanalysen blir først og fremst benyttet for å bli kjent med datamaterialet og å undersøke fordelingene i utvalget, som allerede presentert i kapittel 3.5.1.

⁴ Andel av studentene som har foreldre som selvstendig næringsdrivende.

3.6.2 Korrelasjonsanalyse

Korrelasjonsanalysen tester sammenhenger eller samvariasjon mellom variabler. Korrelasjonsanalysen vil vise hvordan og hvilke variabler som korrelerer med den avhengige variabelen, og tilsvarende korrelasjoner innbyrdes blant de uavhengige variablene. En korrelasjonsanalyse er en form for bivariat analyse, som karakteriseres av at man studerer to variabler samtidig. Analysen gir en indikasjon på om empirien er i samsvar med antagelsen og argumentasjonen som ledet til de ulike variablene. I denne sammenhengen er det korrelasjonseffisienten som gir oss slik informasjon. Korrelasjonseffisienten vil ha en verdi på mellom -1 og 1. Verdien 1 indikerer en perfekt positiv sammenheng, som sier at de to variablene korrelerer i samme retning. Det vil med andre ord si at de forklarer akkurat det samme. Verdien 0 indikerer at det ikke er noen sammenheng, mens -1 indikerer at det er perfekt negativ sammenheng. Perfekt negativ sammenheng viser at variablene korrelerer i motsatt retning, og indikerer at når en variabel øker, avtar den andre.

I denne oppgaven blir Spearmans korrelasjonseffisient benyttet ettersom korrelasjonsmatrisen inneholder både dikotome og kontinuerlige variabler (Fink, 1995).

3.6.3 Prinsipal komponentanalyse

Prinsipal komponentanalyse er betegnelsen på en multivariat statistisk metode, hvor den primære hensikten er datareduksjon (Selnes, 1999). Multivariat analyse karakteriseres ved at man ser på tre eller flere variabler samtidig. Målet er å finne en måte å videreføre informasjonen som ble funnet i de originale variablene til et mindre sett av komponenter, og samtidig bevare mest mulig av informasjon fra de originale variablene. Ifølge Fugleberg og Kristianslund (1995) innebærer dette å analysere en skala, for å se om det er et enkelt eller sammensatt begrep som ligger bak de ulike operasjonaliseringene. Hvor mange komponenter som beholdes i analysen bestemmes av "Kaisers regel" eller "Laten Root Criterion". Denne sier at komponenter med egenverdi mindre enn 1 skal utelates (Hair et al., 1998). Egenverdi er en verdi som måler hvor sterkt en faktor er forklart, som vil si størrelsen på variansen som komponenten står for.

Prinsipal komponentanalyse vil bli kjørt på hver av variablene for å undersøke om de kan bli redusert til en felles komponent. Faktorladninger viser korrelasjon mellom en original variabel og den faktoren den har ladet på. Er verdien på faktorladningene under 0,5 vil denne bli ekskludert fra videre analyse.

3.6.4 Lineær regresjon

Regresjon referer til styrke og presisjon i prediksjon av en avhengig variabel på grunnlag av kunnskap om en eller flere uavhengige variabler (Befring, 1994). Prediksjon av den avhengige variabelen stiller krav til at variablene korrelerer (samvarierer). Når variablene samvarierer lineært, at man kan trekke en linje mellom variablene, snakker man om lineær regresjon. Denne linjen blir predikert med minste kvadrats metode. Denne metoden består av at man finner den regresjonskoeffisienten som resulterer i den minste summen av kvadrert avstand, mellom den observerte og den predikerte verdien på den avhengige variabelen.

Matematisk kan regresjonsligningen settes opp slik:

$$Y = bX + a$$

Der Y er den avhengige variabelen og X den uavhengige variabelen.

Den avhengige variabelen står på venstre side av likhetstegnet i regresjonsligningen, og er den variabelen man vil forklare variasjonen til. På høyre side plasseres de uavhengige variablene som forventes å påvirke den avhengige variabelen. Til slutt plasseres et feilledd som fanger opp den variasjonen som ikke forklares med modellen av de uttrykte verdiene.

Dersom man står ovenfor flere uavhengige variabler, så vil dette være en multippel lineær regresjonsmodell (Frees, 1996). Lineær regresjon har som forutsetning at den avhengige variabelen har intervall eller ratio skala som målingsnivå (Ilstad, 1989). I denne utredningen er den avhengige variabelen, intensjoner på intervallnivå, og lineær regresjon vil bli brukt i sammenheng med å forklare intensjoner. I SPSS vil regresjonsanalysen komme frem med R, R², justert R² og std. error of estimate. R (esimert multippel korrelasjon) sier noe om hvor godt Y'en henger sammen med et sett X'er i regresjonsmodellen. Dette vil med andre ord si hvor mye av variasjonen i den avhengige variabelen de uavhengige forklarer. R skal ligge mellom 0 og 1, og dess nærmere den ligger 1, desto bedre sammenheng er det mellom Y'en og X'en (Studenmund, 2001). R² (kvadrert estimert multippel korrelasjon) kalles forklaringsgraden til en regresjon eller determinasjonskoeffisienten. R² gir et mål på hvor mye av variasjonen som blir forklart i modellen. Problemet med R² er at den vokser dersom det blir inkludert flere uavhengige variabler (X'er). Dette fordi en variabel aldri kan forklare

mindre enn 0% av variasjonen i den avhengige variabelen. Dette blir unngått ved justert R^2 , som tar hensyn til frihetsgrader når det legges til flere X 'er (forklaringsvariabler) i regresjonsligningen. Frihetsgradene forteller oss hvor mye plass tilfeldighetene har å spille på. Justert R^2 bør ligge så nær R^2 som mulig. Hvis de ligger nær, indikerer det at uavhengige variabler er med på å forklare avhengige variabler. Hvis det er motsatt, er det en eller flere uavhengige variabler som ikke forklare noe (Studenmund, 2001).

Regresjonens betaverdier viser hvordan de enkelte av de uavhengige variablene forklarer den avhengige variabelen. Er denne positiv, betyr det at en økende verdi på den uavhengige variabelen medfører en økende verdi på den avhengige variabelen. Desto høyere betaverdi, desto sterkere påvirkning har den uavhengige variabelen på den avhengige variabelen (Hair et al., 1998). F-verdier vil også fremkomme i analysen, og er en test som kjøres for å avgjøre om modellen totalt sett er akseptabel eller ikke.

En eller flere av de uavhengige variablene kalles forklaringsvariabler og er de variablene interessen er knyttet til. De andre uavhengige variablene kalles kontrollvariabler og inkluderes fordi de har en forventet korrelasjon med den avhengige variabelen. Om en kontrollvariabel, som har en forventet positivt eller negativ korrelasjon til den avhengige variabelen utelates, vil denne variabelens forklaringskraft bli overført til de andre leddene i regresjonen, det vil si forklaringsvariablene og feilleddet. Dette forstyrrer konklusjonen vedrørende forklaringsvariabelen og ødelegger dessuten en forutsetning vedrørende feilleddet. Det er en forutsetning i regresjonsanalyse at feilleddet er normalfordelt med en forventning lik null (Studenmund, 2001). Det innebærer at et ukjent antall faktorer som påvirker den avhengige variabelen utligner hverandre ved å være tilfeldig fordelt mellom positive og negative virkninger.

Det ble tidligere presentert signifikante forskjeller i utvalgsegenskaper (akademisk nivå). I praksis møter man her et behov og krav for å ta hensyn til denne variabelen, og med bakgrunn i sammenhengen ovenfor, vil derfor denne kontrolleres nøye for i videre dataanalyse.

Variablene i en regresjonsanalyse bør testes for multikolinearitet. Dette er et fenomen som oppstår ved sterk korrelasjon mellom uavhengige variabler i en regresjonsanalyse. Ved perfekt korrelasjon mellom to variabler vil disse være lineære funksjoner av hverandre. Grafisk sett vil funksjonene falle langs samme linje, noe som igjen gir uendelig antall med

løsninger. Regresjonsligningen blir i slike sammenhenger umulig å løse. Ved sterk (men ikke perfekt) korrelasjon mellom uavhengige variabler gir regresjonen en løsning, men det blir vanskelig å skille mellom effekten av korrelerte variabler (Studenmund, 2001). Multikolinearitet fører med andre ord til forstyrrelser og feiltolkning av regresjonskoeffisientene. Multikolinearitet kan testes ved en regresjon av hver enkelt uavhengig variabel mot de andre uavhengige variablene. Dette vil vise i hvilken grad en variabel kan forklares ved hjelp av de andre. Om R_2 er tilstrekkelig høy for en variabel, viser det at variabelen i stor grad kan forklares gjennom de andre variablene i modellen. En slik variabel er dermed overflødig og bør tas ut av modellen. En test av multikolinearitet i SPSS gir en VIF (variance inflation factor) verdi for hver uavhengig variabel. VIF er en funksjon av R_2 for vedkommende regresjon⁵. Denne verdien bør ikke overstige verdien 5 (Studenmund, 2001).

Hair et al. (1998) poengterer at normalfordeling for variablene er en fundamental forutsetning for multivariate analyser. For å øke sannsynligheten for sammenhenger mellom variabler i regresjonsanalyser er det ønskelig at de ulike variablene er mest mulig normalfordelt. Dette betyr altså at variablene ikke må avvike for mye i forhold til normalfordelingskurven. For store avvik fører til at bruk av t- og F-statistikk ikke gir gyldige svar, ettersom disse forutsetter normalfordeling. Et stort utvalg kan på sin side redusere virkningen av manglende normalitet, men det anbefales likevel at evaluering av variablene med hensyn til normalfordeling inngår som en foreberedelse av dataene for multivariate analyser (Hair et al., 1998). Dette kan gjøres enten ved statiske tester eller grafisk fremstilling. I denne oppgaven evalueres dataene med en statistisk analyse av fordeling. Variabler som ikke viser en tilfredsstillende normalfordeling kan transformeres som et middel til å oppnå normalitet. Dette kan for eksempel gjøres ved å ta kvadratet, kvadratroten, logaritmen eller den negative inverse av verdien. Man kan også dikotomisere variabelen. Transformering endrer verdiskalaen og dermed tolkningen av variabelen. Det er derfor nødvendig å gjennomgå dette for å se om den nye variabelen konseptuelt passer som erstatning for den opprinnelige. Å konstruere gode variabler for analysen blir derfor en avveining av hva som gir minst forstyrrelser i resultatene.

⁵ $VIF = 1/(1-R_2)$

I regresjonsanalyse er kravet til normalfordeling knyttet til feilledet (Studenmund, 2001). Variablene som inngår i analysen bør heller ikke være for skjevt fordelt i forhold til normalfordelingen, fordi dette vil påvirke feilledets normalfordeling. Bourque og Clark (1992) hevder at skjevfordelingen (skewness) ikke bør overstige [0,8]. Hair et al. (1998) mener at skjevfordelingsverdier som faller utenfor $-1/+1$ er problematiske. Dette målet angir graden av en distribusjon som ikke er symmetrisk i forhold til sin gjennomsnittsverdi. Man omtaler denne skjevfordelingen som enten positiv eller negativ. En positiv skjevfordeling vil gi en hale til høyre og toppunkt til venstre for gjennomsnittet, og motsatt for en negativ skjevfordeling. Hvis en større andel av tilfellene faller i halene til en fordeling, enn i en normalfordeling, står vi ovenfor positiv polarisering (kurtosis). Hvis det er færre tilfeller i halene, står vi ovenfor en negativ polarisering.

3.7 Reliabilitet

Reliabilitet (pålitelighet) handler om hvor pålitelige målingene er. Ifølge Undheim (1996) går dette på nøyaktigheten av observasjonene, registrering og behandling av dataene. Er reliabiliteten høy skal uavhengige målinger gi tilnærmet identiske resultater, det vil si målene har små målefeil.

Reliabiliteten ved dataene kan testes på to forskjellige måter. Den første er test-retest av målingskorrelasjon (Judd, Smith og Kidder, 1991). Dette går ut på å foreta to identiske undersøkelser ved ulike tidsrom, og sjekke hvordan de to undersøkelsene samvarierer. Ifølge Ringdal (2001) er også allmenn kildekritikk en metode å vurdere dataens reliabilitet på.

Den andre måten er å sjekke reliabiliteten på, er å foreta en reliabilitets test av den interne konsistensen (Judd et al., 1991). Ideen bak denne testen er at tilfeldige målingsfeil ikke bare varierer over tid, men også fra et spørsmål til et annet. Dette betyr at misforståelser av ord i spørreskjema og feil i besvarelsen, eller andre naturlige kilder til tilfeldige feil, vil påvirke spesifikke deler av målingene. Dermed kan differanser, eller mangel på samvariasjon mellom spørsmålene, brukes som et mål på påvirkning av tilfeldige feil. Dersom de tilfeldige feilene har en stor påvirkning vil dette føre til en høy score på noen spørsmål og lav score på andre. Det vil med andre ord da være en lav samvariasjon mellom operasjonaliseringene. Cronbachs alpha er en slik test på intern konsistens.

En score på 0 på Cronbachs alpha vil si at målingen er totalt upålitelig, en score på 1 sier at målingen er perfekt pålitelig. Ifølge Hair et al., (1998) bør Alpha-verdien alltid ligge over 0,6/0,7. Ifølge Reve (1985) kan det, bygget på omfattende erfaring, brukes følgende tommelfingerregel:

Cronbachs alpha > 0,7 = god intern konsistens

Cronbachs alpha > 0,8 = svært god intern konsistens

Mange av variablene i undersøkelsen har relativt mange svaralternativer, og reliabiliteten kan på et vis trues på denne måten. Uansett bygger spørsmålene på tidligere undersøkelser og skal derfor, isolert sett, være reliable nok.

Registreringsfell ved innlegging av data er også noe som kan forårsake ureliabilitet. Transformerings mellom databasen, Excel og SPSS er gjort med stor varsomhet og nøye kontrollert. Datamaterialet ble først gjennomgått i Excel for å korrigere eventuelle tallverdier, samt rekode åpne svaralternativer. Frekvensanalyse og deskriptiv analyse ble gjennomført i SPSS, og det forutsettes at reliabiliteten er gjennomgående god.

3.8 Validitet

Gripsrud et al. (2004) hevder at vurderinger av validitet er vanskelig av forskjellige årsaker. I tillegg er det vanlig å snakke om mange forskjellige former for validitet. For at dataenes validitet skal være høy må både reliabiliteten og den definisjonsmessige (innholdsmessige) validiteten være høy (Halvorsen, 2002). Validitet har med sannhet å gjøre, at vi måler det vi ønsker å måle. Ifølge Hellevik (1999) handler validitet om graden av samsvar mellom den teoretiske definisjonen av den latente egenskapen og den operasjonelle definisjonen av den manifestede egenskapen som skal måles. Et viktig moment er derfor å ha lyktes i å operasjonalisere variablene på en slik måte at de er gode indikatorer på det teoretiske problemet man studerer.

3.8.1 Begrepsvaliditet

Begrepsvaliditet angir forholdet mellom oppgavens teoretiske tilnærmelser og empiri. Begrepsvaliditet går ut på at man undersøker de aller viktigste dimensjonene av de begreper man benytter. Det kan oppstå problemer når forskeren arbeider på to plan, teoriplanet og

empiriplanet (Hellevik, 1999). Man arbeider på teoriplanet ved problemformulering og tolkning av analyser, og på empiriplanet under analysering og datainnsamling. Det bør ideelt sett være samsvar mellom de begreper man bruker på de to ulike planene (Halvorsen, 1993). Undersøkelsesskjemaet som benyttes har tidligere blitt brukt til lignende undersøkelser og teori, og de operasjonaliserte variablene skal være gode indikatorer på de teoretiske definisjonene. I tillegg har det blitt bearbeidet og testet på flere medstudenter, noe som burde tilsi at begrepsvaliditeten er tilfredsstillende.

Om korrelasjonsanalysen viser høy samvariasjon mellom de uavhengige variablene, finnes det flere teknikker for å finne ut om dataene har et kollinearitetsproblem. Det er en forutsetning for oppgaven at de operasjonelle målene for de forskjellige begrepene kan skilles, og derfor vil flere slike tester bli gjennomført om det skulle være slike indikasjoner.

3.8.2 Indre validitet

Den indre validiteten er et mål på i hvor stor grad uavhengige variabler forklarer endringer i de avhengige variablene, eller i hvilken grad forskingsdesignet tillater en å forstå kausale konklusjoner om samme effekt (Ringdal, 2001; Judd et al., 1991). For å oppnå validitet må fire forutsetninger være oppfylt. Det første er at forskningsspørsmålene er framsatt med bakgrunn i relevant teori. Videre må sammenhenger være påvist, kravet til tidsrekkefølge må være forhold og spuriøse forhold eliminert. Forhold som kan svekke kausaliteten, kan også svekke den indre validiteten. Det er derfor viktig å ha operasjonalisert variablene på en slik måte at de utgjør gode mål på det teoretiske problem man undersøker. Dette prinsippet har blitt tatt hensyn til.

Gjennom en bred litteraturgjennomgang mener jeg å ha tatt en kritisk gjennomgang av kilder. Selv om det allerede er identifisert visse seleksjonseffekter, gjenstår det å se om dette gir alvorlige følger. Forhåpentligvis vil de ikke ha noen innvirkning på resultatene som presenteres. Alt er med på å bevisstgjøre og øke tilliten til den indre validiteten.

3.8.3 Ytre validitet

Ytre validitet dreier seg ofte om prinsippet om generalisering. Det vil altså si at man ønsker å trekke slutninger på grunnlaget av utvalget og videre hevder at dette også gjelder for hele populasjonen (Ringdal, 2001). Ved generalisering stilles det som forutsetning at utvalget er representativt for populasjonen.

Undersøkelsen hadde en svarprosent 27,3% fra populasjonen. Det ble undersøkt om utvalget er representativt for populasjonen, og at det ikke inneholdt for store skjevheter. Ofte er forskeren tvunget til å vektlegge enten indre eller ytre validitet. Denne oppgaven forsøker å ivareta begge prinsippene. Riktignok må prinsippet om generalisering se i sammenheng med drøftingen i kapittel 3.8.2.

3.8.4 Statistisk konklusjonsvaliditet

Statistisk validitet forteller om vi har et tilstrekkelig statistisk grunnlag for å trekke konklusjoner. Med andre ord i hvilken grad man kan trekke ”konklusjoner om kovarians” basert på statistiske analyser. Statistisk konklusjonsvaliditet kan påvirkes av analyseteknikker, statistiske mål og tolkningen som gjøres på grunnlag av de statiske analysene (Reve, 1985). Hvis det er en liten grad av stabilitet i måleinstrumentet, i settingen og i behandlingen av dataene, har undersøkelsen liten reabilitet. Dette er altså med på å svekke den statistiske konklusjonsvaliditeten.

Analyseteknikkene som er brukt i denne utredningen er forsøkt benyttet på en så riktig måte som overhodet mulig. Det er gjennomført ulike analysemetoder for å hindre feil i de statistiske målene. Det vil bli gjennomført flere ulike tester for å styrke reabilitet og validitet. I analysene er et 10% signifikansnivå benyttet. Dette vil si at det er opp til 10% sjanse for å konkludere med at der statistisk signifikans når det faktisk ikke er det. Det er også gjennomført både ensidige og tosidige tester av regresjonene.

4. Operasjonalisering av variablene

Dette kapitlet tar for seg de ulike variablene som inngår i utredningen. Alle variablene vil bli beskrevet og operasjonalisert. Intensjoner⁶ er uhyre vanskelig å finne synlige uttrykk for, og er derfor vanskelig å operasjonalisere. Slike abstrakte fenomener er vanskelige å både måle og observere. Derfor gis det først en kort teoretisk introduksjon i hva som ligger i operasjonaliseringsbegrepet. Bakgrunnen for denne introduksjonen, er å bygge en kronologisk vei frem mot å gode målevariabler. Variablenes målenivå redegjøres for, før kapitlet avslutter med å interpretere hvordan variablene faktisk er målt.

4.1 Hvordan operasjonalisere variablene?

Johannessen, Tufte og Kristoffersen (2004) definerer operasjonalisering og variabel som:

”Det konkrete resultatet av operasjonalisering, å gjøre generelle fenomener konkrete slik at de kan måles eller klassifiseres, kan betegnes som en variabel”

En operasjonalisering kan resultere i en variabel, men det er ikke uvanlig at det trengs mange variabler for å operasjonalisere et fenomen. En variabel er en spesifikk egenskap eller et kjennetegn ved en enhet. En variabel varierer med forskjellige verdier, som entes kan klassifiseres i logiske atskilte kategorier, eller rangeres i mengde, i størrelse eller fra positivt til negativt. For å være klassifisert som en variabel, må attributtene bestå av minst to verdier.

For å svare på en problemstilling ved hjelp av empiriske data i en kvantitativ undersøkelse, må variablene være av en slik karakter som gjør innhenting av data og statistisk analyse mulig. I mange tilfeller indikerer en problemstilling variabler som ikke umiddelbart lar seg bruke i en empirisk undersøkelse direkte. I denne oppgaven er for eksempel entreprenørielle intensjoner et begrep som ikke er mulig å bruke direkte, men må operasjonaliseres til konkrete og målbare variabler. Å finne frem til gode målevariabler som gjør det mulig å innhente konsistente data, samtidig som de på en tilfredsstillende måte er forankret i et felles konsept, er avgjørende for å gi et godt svar på problemstillingen. Dette handler om validitet.

⁶ Eller teoretiske egenskaper

4.2 Variablenes målenivå

Ulike variabler blir målt på forskjellige målenivå. Dette kan ifølge Pedhazur og Pedhazur Schmelkin (1991) deles inn i fire ulike målenivå: 1) nominal, 2) ordinal, 3) intervall og 4) forholdstall. Dette er et slags hierarki av mål der nominelle mål er de laveste, og forholdstall de høyeste. Bakgrunnen for dette hierarkistiske systemet er at mål på et høyere nivå også tilfredsstiller kriteriene for et lavere nivå.

Nominelle mål har en inndeling i kategorier hvor det ikke finnes noen tallmessig relasjon mellom de ulike kategoriene. Det vil si at de benyttes for å kategorisere egenskaper ved objekter eller subjekter. Et eksempel på dette i denne oppgaven er variabelen kjønn, hvor kvinner har fått en verdi lik 0, mens menn har fått en verdi lik 1.

Ordinale mål er kategorier som er ordnet slik at det er mulig å si at en kategori er større eller mindre enn neste kategori, men hvor det ikke er mulig å si noe om størrelsesforholdet på intervallet mellom kategoriene. Majoriteten av variablene som er benyttet i denne oppgaven er på ordinalnivå. Som et eksempel er indikatorene til den uobserverbare variabelen, holdninger, målt langs en 7-poengs Likert skala, hvor respondentene er bedt om å gi uttrykk for i hvilken grad de er enig/ikke enig i forskjellige påstander (1 = helt uenig, 4 = verken uenig eller enig og 7 = helt enig). Mens man kan rangere holdningen respondentene uttrykker, indikerer svarene bare den relative plasseringen på skalaen.

Intervall mål er mål hvor det også er mulig å si hvor mye større eller mindre ett tall er i forhold til et annet (Pedhazur et al., 1991). Avstanden mellom tallene er antatt å være konstant. Det gir her ikke lenger mening å snakke om kategorier, men om et mer kontinuerlig mål. Måleresultater herfra kan avsettes kontinuerlig på en skala.

Det høyeste målenivå er forholdstall. Kriteriet som skiller intervaller og forholdstall er at sistnevnte også har et naturlig nullpunkt.

Hair et al. (1998) delte disse målenivåene inn i to hovedkategorier, umetrisk (nominelle og ordinale nivå) og metrisk (intervall og forholdstall). Bakgrunnen for denne kategoriseringen dreier seg om viktigheten av utvelgelsen av statistiske teknikker tilpasset dataen. For

eksempel vil multiregresjon anta variabler av metrisk målenivå. Det spesifiseres herved at dioktomvariabler (for eksempel kjønn) er også på et metrisk målenivå.

4.3 De ulike variablene

At både de avhengige og uavhengige variabler kommer fra felles kilde (common method variance), indikerer et potensielt problem, siden kvaliteten på disse dataene har en felles følsomhet for forhold knyttet til denne respektive kilden. Slike problemer kan skape målefeil som truer validiteten ved at man slår feilaktige konklusjoner vedrørende relasjonen mellom variablene (Podsakoff, Mackenzie, Lee og Podsakoff, 2003). Målinger av flere variabler hvor målefeilene korrelerer er ifølge Hellevik (1999) velkjent i psykologien. Forholdet blant variablene og mellom variablene kan ifølge Thomas og Kilmann (1975) smittes og påvirkes ved hjelp homogen svarrespons.

En Harmans singelfaktor test ble benyttet for å sjekke om dette var et problem (Andersson og Bateman, 1997; Aulakh og Gencturk, 2000). Alle 26 variablene som skal benyttes i regresjonsanalysene (både uavhengige, avhengige og kontrollvariabler) ble inkludert i prinsipal komponentanalysen. Ifølge Harman (1967), vil en enkel komponent dukke opp eller majoriteten av variablene lade på en komponent være en indikasjon på slike målefeil. Tabellen nedenfor viser urotet løsning. 26 komponenter dukket opp, fem av disse komponentene har egenverdi større enn 1. Med andre ord er det ingen indikasjon på slike målefeil.

Komponent	Eigenverdi	Prosent av variansen	Kumulativ prosent av variansen
1	9,759	37,535	37,535
2	3,551	13,659	51,194
3	1,728	6,645	57,84
4	1,449	5,572	63,412
5	1,259	4,842	68,254

Tabell 4.1: Harmans singelfaktor-test

KMO=0,871. Bartlett's test of Sphericity App. Chi-Sq 1933,842; d=325, Sig. 000, n= 112.

4.3.1 Subjektiv norm

Ifølge Ajzen (1991) skal subjektive normer måles gjennom ”hva viktige andre synes”.

Måleenheten ved subjektiv norm ble innvotert av Kolvereid (1996b). Deltakerne ble spurt langs en 7-poengs Likert skala om, (a) ”min nærmeste familie, (b) ”mine nærmeste venner”, (c) ”mennesker som er viktige for meg”, de syntes respondentene skulle ikke (=1) eller skulle

(=7) strebe etter en karriere som entreprenør. Videre for å måle denne motivasjonen ble respondentene bedt om å svare langs en 7-poengs Likert skala, (fra 1=ikke i det hele tatt, til 7=veldig mye) om i hvilken grad de brydde seg om denne meningen, (a) ”min nærmeste familie”, (b) ”mine nærmeste venner”, og (c) ”mennesker som er viktige for meg”, med tanke på valg av karriere. Dette ble rekodet inn i bi-polar skala (1=-3, til 7=+3), multiplisert med den respektive motivasjonen. Lignende mål på subjektive normer har blitt brukt i en rekke studier (Ashbein og Fishbein, 1980; Ajzen og Driver, 1992; Madden, Ellen og Ajzen, 1992). Bruken av slike multimål på subjektiv norm er ifølge Armitage og Connor (2001) sterkt anbefalt, framfor andre mindre reliable singelmål.

Etter at prinsipal komponentanalysen ladet på en ren komponent, ble seks målevariabler inkludert. Alle de seks målevariablene hadde MSA-verdier som ladet over 0,5. Denne komponenten ble brukt videre i regresjonsanalysen. Egenverdi, størrelsen på variansen som komponenten står for, har en verdi på 2,485. Cronbach alpha har en verdi på 0,893, noe som indikerer en høy intern konsistens. Dette betyr at komponenten som ble utledet fra subjektive normer må sies å ha god konsistens som samlet begrep. Til sammen forklarer begrepet 82,836 % av datamateriale for tilfredsheten ved subjektive normer. Detaljene for komponenten vises i tabellen nedenfor (n = 111).

Variabel: subjektive normer	Komponent 1	Kommunalitet
Variabel 1 * variabel 4	,865	,748
Variabel 2 * variabel 5	,925	,855
Variabel 3 * variabel 6	,940	,883
Egenverdi	2,485	
Prosentvis varians forklaring	82,836	
KMO/MAS	,879	
Chronbach's alpha	,893	

Tabell 4.2: Prinsipal komponentanalyse for subjektive normer

4.3.2 Oppfattet atferdskontroll

Liñán og Chen (2006) viser til at oppfattet atferdskontroll har blitt målt gjennom en generell mestringsforventningsskala. Måleenheten til oppfattet atferdskontroll er konstruert på bakgrunn av Ajzens eksempler om oppfattet kontroll (2002). Derfor er den siste faktoren i undersøkelsesskjemaet en ren kontrollabilitetspåstand. En tidligere versjon av denne måleenheten ble brukt av Tkachev og Kolvereid (1999). Påstandene som ble inkludert i denne undersøkelsen: (1) Hvis jeg hadde ønsket, kunne jeg lett blitt en entreprenør. (2) Som en entreprenør ville jeg hatt tilstrekkelig kontroll over min bedrift. (3) Det finnes veldig få omstendigheter utenfor min kontroll, som hindrer meg fra å bli en entreprenør. (4) Det er helt

og holdent opp til meg om jeg blir en entreprenør eller ikke. Svar ble gitt langs en 7-poengs Likert-type skala fra 1="helt uenig", til 7="helt enig".

Fire målevariabler ble inkludert i prinsipal komponentanalysen. En av de fire målevariablene ("E2") hadde for lav MSA-verdi ($<0,5$), og ble derfor ekskludert fra den videre analyse. Tre målevariabler ble dermed inkludert i den nye analysen, og en komponent oppsto. Denne ble brukt videre i regresjonsanalysen. Komponentens egenverdi på 1,930 og Cronbach alpha har en verdi på 0,723, noe som indikerer en tilfredsstillende intern konsistens. Til sammen forklarer begrepet 64,341 % av variansen. Detaljene for komponenten vises i tabellen nedenfor ($n = 112$).

Variabel: oppfattet atferdskontroll	Komponent 1	Kommunalitet
Variabel E1	,740	,548
Variabel E3	,825	,681
Variabel E4	,837	,701
Egenverdi	1,930	
Prosent varians forklaring	64,341	
KMO/MAS	,660	
Chronbach's alpha	,723	

Tabell 4.3: Prinsipal komponentanalyse for oppfattet atferdskontroll

4.3.3 Holdninger til entreprenørskap

Mål på holdninger bygger på Liñán og Chens (2006) arbeid. For å sette et mål på holdninger ble følgende brukt: (1) Å være entreprenør impliserer flere fordeler enn ulemper for meg. (2) En karriere som entreprenør er attraktivt for meg. (3) Hvis jeg hadde muligheter og ressurser, ville jeg etablert bedrift. (4) Å være entreprenør ville gitt meg personlig tilfredsstillende. (5) Blant varierende alternativer, vil jeg helst bli en entreprenør. Svar ble gitt langs en 7-poengs skala fra 1="helt uenig", til 7="helt enig".

Fem målevariabler brukt i prinsipal komponentanalysen. En av disse ("B1"), ble fjernet fra den videre analyse fordi den hadde for lav MSA-verdi ($<0,5$). Fire målevariabler ble dermed brukt i den nye komponentanalysen, og en komponent ble utviklet. Denne ble videre brukt i regresjonsanalysen. Komponentens egenverdi på 3,120 og Cronbach alpha har en verdi på 0,906, noe som indikerer en veldig høy intern konsistens. Til sammen forklarer begrepet 77,990 % av variansen. Detaljene for komponenten vises i tabellen nedenfor ($n = 110$).

Variabel: holdninger	Komponent 1	Kommunalitet
Variabel B2	,907	,824
Variabel B3	,869	,755
Variabel B4	,850	,723
Variabel B5	,905	,818
Eigenverdi	3,120	
Prosent varians forklart	77,990	
KMO/MAS	,812	
Chronbach's alpha	,906	

Tabell 4.4: Prinsipal komponentanalyse for holdninger

4.3.4 Ønskelighet og mulighet

Mål på oppfattet ønskelighet og mulighet ble adoptert av Kickul og Krueger (2004). Oppfattet ønske om å starte en bedrift ble målt ved å stille påstander som: (1) Det er ønskelig for meg å bli en entreprenør. (2) Det er interessant for meg å bli en entreprenør. (3) Det er attraktivt or meg å bli en entreprenør. Oppfattet mulighet ble målt ved å stille påstander som: (4) Det er mulig for meg å bli en entreprenør. (5) Å bli en entreprenør er ikke et realistisk alternativ for meg. (6) Å starte min egen bedrift ville vært umulig for meg. Deltakerne svarte langs en 7-poengs Likert skala, hvor 1="helt uenig" og 7="helt enig".

To av målevariablene ("C5" og "C6") ble "reversed coded", fordi spørsmålsformuleringen på disse er forskjellig fra de fire første målevariablene. Dette betyr at "C5" og "C6" ble rekodet slik at, 1=7, 2=6, 3=5, 4=4, 5=3, 6=2, 7=1 (se "variabel C5_r" i tabellen nedenfor). Seks variabler ble inkludert i komponentanalysen. Én av målevariablene ("C6") hadde for lav MSA-verdi ($<0,5$), og ble derfor utelatt fra videre analyse. Fem målevariabler ble dermed brukt i den nye komponentanalysen, og en komponent ble utviklet. Denne ble videre brukt i regresjonsanalysen. Komponenten har en egenverdi på 3,719 og Cronbach alpha har en verdi på 0,911, noe som indikerer en veldig høy intern konsistens. Til sammen forklarer begrepet 74,387 % av variansen. Detaljene for komponenten vises i tabellen nedenfor ($n = 110$).

Variabel: ønskelighet og mulighet	Komponent 1	Kommunalitet
Variabel C1	,905	,819
Variabel C2	,935	,875
Variabel C3	,918	,843
Variabel C4	,817	,668
Variabel C5_r	,717	,514
Eigenverdi	3,719	
Prosent varians forklart	74,387	
KMO/MAS	,872	
Chronbach's alpha	,911	

Tabell 4.5: Prinsipal komponentanalyse for oppfattet ønskelighet og mulighet

4.3.5 Mestringsforventning - generell

Mål på mestringsforventning bygger på Schwarzer og Jerusalem (1995). Påstandene som blir brukt her bygger på generelle forventninger til mestring. 10 påstander ble inkludert i undersøkelsen, i tillegg til to åpne spørsmål. Påstandene blir herved operasjonalisert: (1) Jeg kan alltid løse vanskelige oppgaver hvis jeg bare prøver hardt nok. (2) Hvis noen setter seg opp mot meg, finner jeg alltid måter til å få det jeg vil ha. (3) Det er lett for meg å holde meg til min målsetting og oppnå mine mål. (4) Jeg er trygg på at jeg kunne håndtere overraskende hendelser på en effektiv måte. (5) Takket være min ressursrikdom, vet jeg hvordan å takle uforutsette situasjoner. (6) Jeg kan løse de fleste problemer om jeg investerer i den nødvendige anstrengelse. (7) Jeg forholder meg rolig når jeg møter vanskeligheter, fordi jeg stoler på mine tålmodige evner. (8) Når jeg konfronteres med et problem, finner jeg vanligvis mange løsninger. (9) Hvis jeg er i vanskeligheter, tenker jeg vanligvis på en mulig løsning. (10) Jeg håndterer vanligvis alt som dukker opp. Deltakerne svarte langs en 7-poengs Likert skala, hvor 1="usant" og 7="sant".

Målevariabelen som skulle kartlegge mestringsforventning inneholdt 10 indikatorer. Etter første analyse ladet ikke tre av målevariablene på samme komponent. Disse tre målevariablene ("G1", "G2" og "G7") ble etter hvert fjernet, enkeltvis, fra den videre analyse. 7 målevariabler ble brukt i den nye komponentanalysen, og disse ladet på en komponent. Denne ble brukt videre i regresjonsanalysen. Komponenten har en egenverdi på 4,000 og Cronbach alpha har en verdi på 0,873, noe som indikerer en høy intern konsistens. Til sammen forklarer begrepet 57,137 % av variansen. Detaljene for komponenten vises i tabellen nedenfor (n = 111).

Variabel: mestringsforventning – generell	Komponent 1	Kommunalitet
Variabel G3	,698	,487
Variabel G4	,792	,628
Variabel G5	,789	,622
Variabel G6	,744	,553
Variabel G8	,741	,549
Variabel G9	,737	,544
Variabel G10	,785	,616
Eigenverdi	4,000	
Prosent varians forklart	57,137	
KMO/MAS	,838	
Chronbach's alpha	,873	

Tabell 4.6: Prinsipal komponentanalyse for mestringsforventning - generell

4.3.6 Mestringsforventning – spesifikk

Undersøkelsesskjemaet som benyttes har også en viss andel av åpne spørsmål ("H1" og "H2"). Svarene på disse spørsmålene vil bli benyttet til å identifisere sentrale og spesifikke kompetansekrav knyttet til vurdering av entreprenørskap som mulig karrierevalg. De åpne spørsmålene som ble stilt: (1) Hva er den viktigste personlige egenskapen du trenger for å bli en entreprenør? (2) Hva er den største barrieren for deg for å bli en entreprenør? I tillegg ble respondentene spurt om: (3) Føler du at du kan takle denne barrieren? Deltakerne svarte langs en 7-poengs Likert skala, hvor 1="absolutt nei" og 7="absolutt ja".

4.3.7 Entreprenørielle intensjoner

Mål på entreprenørielle intensjoner bygger på både Liñán og Chens (2006) og Kolvereid (1996a; 1996b) forskning. For å måle intensjonene ble deltaker bedt om å ta stilling til følgende påstander, (1) Jeg er klar til å gjøre alt for å bli entreprenør. (2) Mitt profesjonelle mål er å bli en entreprenør. (3) Jeg er bestemt på å etablere en bedrift i fremtiden. (4) Jeg har veldig seriøse tanker om å etablere en bedrift. (5) Jeg har intensjoner om å etablere en bedrift en dag. (6) Jeg planlegger å etablere en bedrift, innen fem år etter uteksaminering. Deltakerne svarte langs en 7-poengs skala, hvor 1="helt uenig" og 7="helt enig". Dette ble rekodet inn i bi-polar skala (1=-3, til 7=+3), multiplisert med den respektive motivasjonen. Gjennomsnittsverdien ble satt som et overordnet mål på intensjoner.

Seks målevariabler ble inkludert i prinsippal komponentanalysen, og en komponent utviklet seg. Denne komponenten ble videre brukt som uavhengig variabel i regresjonsanalysen. Komponent har en egeverdi på 4,657 og Cronbach alpha har en verdi på 0,941, noe som indikerer veldig høy intern konsistens. Til sammen forklarer begrepet 77,618 % av variansen. Detaljene for komponenten vises i tabellen nedenfor (n = 108).

Variabel: entreprenørielle intensjoner	Komponent 1	Kommunalitet
Variabel A1	,813	,661
Variabel A2	,867	,751
Variabel A3	,936	,877
Variabel A4	,937	,879
Variabel A5	,927	,860
Variabel A6	,793	,629
Egenverdi	4,657	
Prosent varians forklart	77,618	
KMO/MAS	,879	
Chronbach's alpha	,941	

Tabell 4.7: Prinsipal komponentanalyse for entreprenørielle intensjoner

4.3.8 Kontrollvariabler

Andre variabler som ifølge entreprenørskapsteorien har innvirkning på intensjoner er inkludert som kontrollvariabler. Respondentens alder kan ha en innflytelse på entreprenørielle intensjoner. Dess eldre respondenten er, desto større er sjansen for at vedkommende velger å bli entreprenør. Kjønnforskjeller bør også bli tatt med i denne betraktningen. Kjønn er derfor den andre kontrollvariabelen. Rollemodell-teori tilsier at entreprenøriell far/mor kan ha en positiv innflytelse på entreprenørielle intensjoner. Derfor inkluderes en dioktom variabel for akkurat dette poenget. Verdien 1 indikerer tilstedeværelse av entreprenører i respondentens familie, verdien 0 indikerer at ingen av foreldrene noensinne har vært entreprenør. I tillegg vil det kontrolleres for om akademisk utdanning har noen innvirkning på de respektive regresjonsligningene.

5. Dataanalyse

I dette kapitlet presenteres de innsamlede data og analysen av disse. Først presenteres en korrelasjonsanalyse for å se på sammenhengen mellom variablene. Korrelasjonen mellom de uavhengige variablene har mye å si for validiteten til dataene. Om det viser seg at variablene korrelerer høyere enn det som er forventet, blir det presentert ulike teknikker for å ta dette i nærmere øyesyn. Videre blir hypotesene testet i respektive regresjonsanalyser. Slike multivariate analyser stiller krav til normalfordeling, og derfor blir dette også innlemmet i kapitlet. I teoridelen ble konseptet om mestringsforventning diskutert i forhold til konseptet om oppfattet kontroll. Etter at disse konseptene er operasjonalisert, sees det mer dyptgående på denne relasjonen. Bakgrunnen for å se nærmere på denne sammenhengen, er fordi denne oppgaven skal identifisere spesifikke krav til mestringsforventning, som nevnt i presentasjon av forskningsmodell. Prosedyren for å komme frem til disse spesifikke kravene gjøres rede for og til slutt presenteres forslag til nye spørsmål som kan benyttes i videre forskning.

5.1 Korrelasjonsanalyse

Variabler	Gj.snitt	Std. avvik	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Kontrollvariabler											
1. Alder	26,45	6,331	1,000								
2. Kjønn****	,55	,499	-,020	1,000							
3. Foreldre som selvstendig næringsdrivende***	,41	,495	-,098	,024	1,000						
Uavhengige variabler											
4. Holdninger til entreprenørskap	,0000000	1,000000	-,096	,299(**)	,162	1,000					
5. Subjektive normer	,0000000	1,000000	-,082	,124	,054	,483(**)	1,000				
6. Oppfattet atferdskontroll	,0000000	1,000000	,105	,243(**)	,016	,101	,154	1,000			
7. Mestringsforventning	,0000000	1,000000	,169	-,034	,220(*)	,317(**)	,466(**)	,395(**)	1,000		
8. Ønskelig/mulig	,0000000	1,000000	-,163	,326(**)	,181	,799(**)	,619(**)	,223(*)	,337(**)	1,000	
Avhengig variabel											
9. Entreprenørielle intensjoner	,0000000	1,000000	-,090	,307(**)	,150	,770(**)	,556(**)	,223(*)	,314(**)	,760(**)	1,000

Tabell 5.1: Korrelasjonsmatrise med Spearmans korrelasjonskoeffisient

**** Verdien "0" angir kvinner, mens verdien "1" menn.

*** Verdien "0" angir ikke foreldre som selvstendig næringsdrivende, verdien "1" angir foreldre som selvstendig næringsdrivende.

** Korrelasjon er signifikant på 0,01 nivå (to-sidig).

* Korrelasjon er signifikant på 0,05 nivå (to-sidig).

N= 101.

Analysen ovenfor viser en positiv signifikant sammenheng mellom kjønn og entreprenørielle intensjoner. Siden kjønn er en diotom variabel⁷, ser vi at menn har høyere entreprenørielle intensjoner enn kvinner. Dette er i tråd med tidligere funn. De andre kontrollvariablene; foreldre som selvstendig næringsdrivende og alder er ikke signifikant korrelert med entreprenørielle intensjoner. Vi ser at alder har en negativ sammenheng med entreprenørielle intensjoner. Etter hvert som alderen går opp, avtar de entreprenørielle intensjonene.

Vi ser at alle de uavhengige variablene viser en positiv korrelasjon med intensjoner, som den avhengige variabel. Spesielt sterk korrelert med intensjoner, er holdninger til entreprenørskap og hvorvidt entreprenørskap oppfattes som ønskelig og mulig. Selv om det ikke her skal konkluderes endelig på bakgrunn av hypotesene som er framsatt, ser vi at det er en signifikant sammenheng mellom alle de uavhengige variabler og den avhengige. Verdt å merke seg er også det faktum at mestringsforventning korrelerer mer mot den avhengige variabelen, enn oppfattet atferdskontroll.

I det hele tatt fremstår det i analysen en høy korrelasjon mellom mange av de uavhengige variablene, noe som kan være en indikasjon på multikolinariet. Dette gjelder spesielt relasjonen mellom mestringsforventning og holdninger til entreprenørskap (korrelasjon på 0,799). Også oppfattet ønskelighet og mulighet indikerer en relativt sterk sammenheng med subjektive normer (korrelasjon på 0,619). Gripsrud et al. (2004) mener man bør være på vakt når korrelasjonen ligger på et såpass høyt nivå. Gripsrud et al. (2004) hevder samtidig at når korrelasjonen er mellom -0,5 og 0,5 vil kollineariteten etter all sannsynlighet være uproblematisk.

Det må i denne sammenhengen nevnes at de uavhengige variablene holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll/mestringsforventning, ikke testes i samme regresjonsanalyse som de andre uavhengige variablene. Dette er tidligere konkretisert og operasjonalisert i forskningsmodellen. Med andre ord; selv om oppfattet ønskelighet og mulighet er veldig høyt korrelert med holdninger til entreprenørskap og oppfattet ønskelighet og mulighet høyt korrelert med subjektive normer, vil de aktuelle variablene bli testet i to forskjellige regresjonsanalyser. Variablene er isolert fra hverandre, da de med henvisning til forskningsmodellen, har to forskjellige hypoteser førende med seg.

⁷ Verdien "0" angir kvinnger, mens verdien "1" angir menn.

Derfor aksepterer jeg en høyere korrelasjon mellom uavhengige variabler som ikke skal innlemmes i samme regresjonsanalyse. Likevel vil modellens uavhengige variabler testes for multikollinearitet i regresjonsanalysen, ved hjelp av de såkalte toleranseverdiene. Selv om toleranseverdiene ikke kan gi oss noe endelig og bekræftende svar på om det finnes kollinearitet blant forklaringsvariablene, vil disse verdiene gi oss svar på om oppgaven har et kollinearitetsproblem.

For å være på den trygge siden er den diskriminative validiteten testet. Hair et al. (1998) beskriver diskriminativ⁸ validitet, som i hvilken grad et begrep skiller seg fra et annet begrep. Den empiriske testen av dette innebærer å se på korrelasjonen mellom de operasjonelle målene. For eksempel må det operasjonelle mål for begrepet ”holdninger til entreprenørskap” kunne skilles fra det operasjonelle begrepet ”mestringsforventning”.

I denne oppgaven vil dette bli testet blant de aktuelle uavhengige variabler som skal kjøres i samme regresjonsanalyse. Forklaringsvariablene i teorien om planlagt atferd og i modellen om den entreprenørielle begivenhet skal ikke skal integreres, men danner grunnlag for to forskjellige hypotesetester og regresjonsmodeller.

Uavhengige variabler	Komponent 1	Komponent 2	Komponent 3	Komponent 4
Subjektive normer				
Variabel D1*D4			0,820	
Variabel D2*D5			0,864	
Variabel D3*D6			0,853	
Holdninger til entreprenørskap				
Variabel B2		0,866		
Variabel B3		0,848		
Variabel B4		0,818		
Variabel B5		0,881		
Oppfattet atferdskontroll				
Variabel E1				0,665
Variabel E3				0,752
Variabel E4				0,854
Mestringsforventning				
Variabel G3	0,679			
Variabel G4	0,736			
Variabel G5	0,776			
Variabel G6	0,667			
Variabel G8	0,676			
Variabel G9	0,777			
Variabel G10	0,746			

Tabell 5.2: Analyse av diskriminativ validitet

⁸ Divergent.

Det konkluderes herved med at det ikke finnes kollinearitetsproblemer, da alle uavhengige variabler lader på forskjellige komponenter. Likevel aksepteres det høy korrelasjon mellom oppfattet ønskelighet og mulighet og de andre forklaringsvariablene i teorien om planlagt atferd. Dette er argumentert for ovenfor. Uansett hevder Gripsrud et al. (2004) at i visse situasjoner kan man akseptere kollinearitet mellom forklaringsvariabler, fordi regresjonsmodellene har så mange andre gode kvaliteter.

5.2 Test av hypotese 1

Avhengig variabel:	Entreprenørielle intensjoner	
	Std. Beta	Kollinearitets-statistikk (Toleranse og VIF)
Kontroll variabler:		
Alder	,0115	,944 / 1,059
Kjønn	,0375	,861 / 1,161
		,959 / 1,042
Foreldre som selvstendig næringsdrivende	,0085	
Uavhengige variabler:		
Holdninger til entreprenørskap	,0,3325****	,686 / 1,457
Subjektive normer	,0985***	,760 / 1,316
Oppfattet atferdskontroll	,049*	,905 / 1,105
n	99	
R ²	,689	
Justert R ²	,655	
F-statistikk	28,849****	

Tabell 5.2: Regresjonsanalyse: holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll påvirkning på entreprenørielle intensjoner

Merk: * $p < 0,1$; ** $p < 0,5$; *** $p < 0,01$; **** $p < 0,001$ (ensidig)

Følgende operasjon ble foretatt da ”akademisk utdanningsnivå” ble inkludert som kontrollvariabel: Siden hypoteseformuleringen forventer en positivt betaverdi (”positivt signifikant”), kan man benytte seg av ensidig test. Den matematiske utførelsen blir da å dividere d-verdien på to manuelt, da SPSS alltid automatisk gjennomfører tosidige tester. Om man skulle holdt seg til den tosidige ville oppfattet atferdskontroll bli usignifikant. Dette skyldes at denne er signifikant på et minimalt nivå (tosidig) før man kontrollerer for ”akademisk utdanningsnivå”. Når sistnevnte inkluderes i regresjonsligningen går oppfattet atferdskontroll betaverdi marginalt ned (fra 0,104 til 0,098). Dette er imidlertid nok til å gjøre variabelen usignifikant på 10%-nivå ved en tosidig test.

Det er ytterst få andre sammenligninger å hente ved denne prosessen. De aller fleste variablene holder seg stabilt, men modellens prediksjonsevne går følgelig ned fra 36,384 til

28,849. Justert R^2 berøres minimalt ved overgangen til ensidig test. Det kan for så vidt også legges til at "akademisk utdanningsnivå" er kodet med dioktom variabel ("1" = bachelor og "2" = master). Det er grunn til å anta at betaverdiene ville justert seg til vår fordel om kodingen hadde bestått av ("0" = bachelor og ("1" = master).

Den første regresjonsligningen med holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll, som uavhengige variabler og entreprenørielle intensjoner, som avhengig variabel viser signifikante verdier.

Vi ser av regresjonsanalysen at holdninger, subjektiv norm og oppfattet atferdskontroll er alle positivt signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner. Holdninger til entreprenørskap har en betaverdi på 0,3325 ($p < 0,001$). Holdninger har ergo en sterk sammenheng med intensjoner. Subjektive normer har en betaverdi på 0,985 ($p < 0,01$), og har også en sterk sammenheng med entreprenørielle intensjoner, selv om dette er på et litt lavere signifikansnivå. Oppfattet atferdskontroll har en betaverdi på 0,049 ($p < 0,1$) og selv om denne har en signifikant sammenheng med den avhengige variabelen, er det på et mindre signifikansnivå. Vi husker fra den tosidige testen at variabelen var signifikant på det minimale nivå. Holdninger til entreprenørskap og subjektive normer fanger mye sterkere opp forklaringen i entreprenørielle intensjoner, enn oppfattet atferdskontroll.

Siden betaverdien er positiv for alle uavhengige variabler, vil et høyere nivå av holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll være forbundet med en større sannsynlighet for entreprenørielle intensjoner.

Regresjonsligningen har en justert R^2 på 0,655, noe som forteller at regresjonsligningen forklarer hele 65,5 %. Vi legger også merke til at justert R^2 ligger nær R^2 , som indikerer at de uavhengige variablene er med på å forklare den avhengige variabelen. Modellens prediksjonsevne er god med en F-verdi på 28,849. Toleranseverdiene er tilfredsstillende og indikerer fravær av multikolaritet blant variablene. Hypotese 1 støttes opp.

5.3 Test av hypotese 2⁹

Avhengig variabel:	Entreprenørielle intensjoner	
	Std. Beta	Kollinearitets-statistikk (Toleranse og VIF)
Kontroll variabler:		
Alder	,137**	,939 / 1,065
Kjønn	,072	,879 / 1,137
		,984 / 1,016
Foreldre som selvstendig næringsdrivende	,073	
Uavhengige variabler:		
Ønskelighet og mulighet	,752****	,824 / 1,214
n	104	
R ²	,593	
Justert R ²	,577	
F-statistikk	36,089****	

Tabell 5.3: Regresjonsanalyse: oppfattet ønskelighet og mulighets påvirkning på entreprenørielle intensjoner

Merk: * p<0,1; ** p<0,5; *** p<0,01; **** p<0,001 (tosidig)

Den andre regresjonsligningen med oppfattet ønskelighet og mulighet, som uavhengig variabler og entreprenørielle intensjoner, som avhengig variabel viser også signifikante verdier.

Vi ser av regresjonsanalysen at oppfattet ønskelighet og mulighet er positivt signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner. Oppfattet ønskelighet og mulighet har en Betaverdi på 0,752 (p<0,001). Siden Betaverdien er positiv vil et høyere nivå av oppfattet ønskelighet og mulighet være forbundet med en større sannsynlighet for entreprenørielle intensjoner.

Regresjonsligningen har en justert R² på 0,577, noe som forteller at regresjonsligningen forklarer 57,7 %. Vi legger også merke til at justert R² ligger nær R², som indikerer at de uavhengige variablene er med på å forklare den avhengige variabelen. Modellens prediksjonsevne er god med en F-verdi på 36,089. Toleranseverdiene er tilfredsstillende (fra ,824 til ,939) og indikerer fravær av multikolaritet blant variablene. Hypotese 2 støttes uansett opp.

⁹ Da "akademisk utdanningsnivå" ble inkludert som kontrollvariabel skjedde det ingen endring i signifikansnivå på noen av de andre variablene.

5.4 Test av hypotese 3¹⁰

Avhengig variabel:	Entreprenørielle intensjoner	
	Std. Beta	Kolliniaritets-statistikk (Toleranse og VIF)
Kontroll variabler:		
Alder	,026	,942 / 1,062
Kjønn	,078	,901 / 1,110
Foreldre som selvstendig næringsdrivende	,027	,935 / 1,069
Uavhengige variabler:		
Holdninger til entreprenørskap	,676****	,653 / 1,532
Subjektive normer	,206***	,701 / 1,426
Mestringsforventning	,015	,707 / 1,415
n	102	
R ²	0,684	
Justert R ²	0,664	
F-statistikk	34,195****	

Tabell 5.4: Regresjonsanalyse: holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og mestringsforventnings påvirkning på entreprenørielle intensjoner

Merk: * p<0,1; ** p<0,5; *** p<0,01; **** p<0,001 (tosidig)

Den tredje regresjonsligningen med holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og mestringsforventning, som uavhengige variabler og entreprenørielle intensjoner, som avhengig variabel viser både signifikante og usignifikante verdier.

Regresjonsanalysen viser at holdninger og subjektiv norm er sterkt positiv signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner. Disse har henholdsvis betaverdier på 0,676 (p<0,001) og 0,206 (p<0,01). Riktignok oppstår det problemer når vi bringer inn konseptet om mestringsforventning. Mestringsforventning, med en betaverdi på 0,015, forklarer nesten ingenting i sammenhengen med entreprenørielle intensjoner, og er ergo ikke signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner. F-verdien er på 34,458. Toleranseverdiene er tilfredsstillende (fra 0,653 til 0,942) og indikerer fravær av multikolaritet blant variablene. Denne hypotesen forkastes.

Regresjonsanalysene viste ingen tegn til at "akademisk utdanningsnivå" skulle gi problemer av noe slag. Hvis denne variabelen hadde forventet korrelasjon med den avhengige variabelen, ville denne variabelens forklaringskraft bli overført til forklaringsvariablene og

¹⁰ Da "akademisk utdanningsnivå" ble inkludert som kontrollvariabel skjedde det ingen endring i signifikansnivå på noen av de andre variablene.

feilleddet. Dette kan vi også sjekke ved å se på normalfordelingen, som uavhengig er en fundamental forutsetning for multivariate analyser.

5.5 Analyse av normalfordeling

Variabler:	Skewness	Skewness Std. avvik	Kurtosis	Kurtosis Std. avvik	n
Alder	1,641	,229	-,723	,455	111
Kjønn	-,218	,228	-1,988	,453	112
Foreldre som selvstendig næringsdrivende	,352	,229	-1,911	,455	111
Holdninger til entreprenørskap	-,724	,230	,279	,457	108
Subjektive normer	-,429	,229	,060	,455	111
Oppfattet atferdskontroll	-,456	,228	,272	,453	112
Mestringsforventning	-1,009	,229	2,246	,455	111
Ønskelighet og mulighet	-,786	,230	,316	,457	110
Entreprenørielle intensjoner	-,204	,233	-,802	,461	108

Tabell 5.5: Analyse av normalfordeling.

Vi ser av tabellen at alder har en skjevfordelingsverdi som ligger over grensen av det akseptable. Variabelen gir en liten hale til høyre og har toppunkt til venstre for gjennomsnittet. Det er greit å være oppmerksom på fordelingen, men det velges å la variabelen stå som den står. Mestringsforventning har også en skjevfordelingsverdi som ligger på grensen av det akseptable. Det er her ikke funnet noen transformasjon som gir en bedre normalfordeling, derfor velges det å bruke samtlige variabler slik de fremstår. Det er fortsatt ingenting som tyder på at "akademisk utdanningsnivå" har overført forklaringskraft til forklaringsvariablene og/eller feilledet. Normalfordelingen ser rimelig tilfredsstillende ut, men det er likevel fornuftig å være oppmerksom på

5.6 Foreløpig oppsummering og diskusjon

Regresjonsanalysene viser at både teorien om planlagt atferd og modellen om den entreprenørielle begivenhet er positiv signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner. Begge analysene viser høy forklaringskraft på den avhengige variabelen, likevel gir teorien om planlagt atferd en større forklaringskraft relatert til entreprenørielle intensjoner. Hypotese 1 og hypotese 2 er altså støttet opp.

Når vi bringer inn konseptet om mestringsforventning, istedenfor oppfattet atferdskontroll, i teorien om planlagt atferd, forsvinner virkningen. Både holdninger og subjektiv norm, som uavhengige variabler, er positivt signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner, men mestringsforventning er ikke signifikant mot den samme avhengige variabelen. Hypotese nummer 3 må dermed forkastes.

Det er i denne sammenhengen interessant å se sammenhengen mellom konseptene mestringsforventning og oppfattet atferdskontroll. Dette kan forhåpentligvis gi oss et svar på hvorfor oppfattet atferdskontroll er positivt signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner, mens mestringsforventning ikke er det.

5.7 Nærmere om mestringsforventning og oppfattet atferdskontroll

Ifølge Kolvereid og Isaksen (2005) er det vanskelig å konkludere med at mestringsforventning ikke er relatert til entreprenørielle intensjoner, når oppfattet atferdskontroll tidligere har vist seg å være sterkt assosiert med entreprenørielle intensjoner (Kolvereid, 1996b; Tkachev og Kolvereid, 1999; Krueger et al., 2000). En mer realistisk forklaring synes heller å befinne seg i diskusjonen om generelle mestringforventningsfaktorer i retning av spesifikke mestringforventningsfaktorer.

Tidligere forskning har mestringsforventning blitt målt gjennom spesifikke mål på mestringsforventning (Chen et al., 1998, DeNoble et al., 1999; Zhao et al., 2005). Selv om disse i større grad er konstruert for å forutsi vekst i bedrifter, kan det være interessant å se på om disse mestringforventningsfaktorene skiller seg fra konteksten entreprenørielle intensjoner og etablering av bedrifter.

Det er derfor legitimt å anta at vi både har for dårlig grunnlag til å kunne benytte generelle mål på mestringforventningsfaktorer, og i tillegg har for svake mål på spesifikke entreprenørielle mestringsfaktorer, i lys av entreprenørielle intensjoner. Kolvereid og Isaksen (2005) argumenterer for at det er mulig at entreprenøriell mestringsforventning er et for bredt konsept for å predikere de forskjellige oppgavene som er assosiert med entreprenørskap. Derfor lyder det svært hensiktsmessig å utvikle bedre mål på mestringsforventning spesifikt rettet mot entreprenørielle intensjoner. Dette betyr at jeg vil rapportere funn fra de åpne spørsmålene i undersøkelsesskjemaet, som omhandler entreprenøriell mestringsforventning.

Videre gjøres det forslag til nye spørsmål som kan bli brukt som et mer spesifikt mål på entreprenøriell mestringsforventning.

5.8 Prosedyre og presentasjon av mestringsfaktorer

Svarene på H1 og H2 ble individuelt sortert av denne forfatteren og to professorer i Entreprenørskap. Klassifiseringsprosedyren fulgte anbefalingene som foreslått av Kidder (1981) og Terpstra og Olson (1993). De involverte ble bedt om å sortere svarene i så mange grupper de fulgte var nødvendig for å få en tilfredsstillende klassifisering. Deretter ble de involverte bedt om å gi navn til de forskjellige gruppene.

Hvis respondenten hadde svart mer enn et svar, ble de involverte bedt om å bare ta hensyn til det første svaret. For eksempel på spørsmål om den viktigste personlige egenskapen om å bli en entreprenør, svarte en respondent: ”Ha tro på deg selv. Stå på vilje. Evne til å løse problemer. Godt kontaktnett. Vekke tillit hos folk”. Her ekskluderer man altså alle svar utenom førstnevnte.

Etter å ha utført det skisserte metodiske opplegget vedrørende rapportering og analyse av de åpne spørsmålene, har jeg presentert resultatene i tabellform nedenfor. Den første tabellen omhandler ”H1”, og spørsmålet dreier seg om sentrale egenskaper som potensielle entreprenører må besitte.

	Frekvens	Prosent	Kumulativ
Pågangsmot	62	55,4	55,4
Vilje til å ta risiko	4	3,6	58,9
Tålmodighet	12	10,7	69,6
Kompetanse	14	12,5	82,1
Selvtillit	7	6,3	88,4
Kreativitet	8	7,1	95,5
Gyldige svar	107	95,5	
Ekskludert	1	0,9	96,4
Ubesvart	3	2,7	99,1
Vet ikke	1	0,9	100,0
Totalt	112	100,0	

Tabell 5.6: Rapportering av spesifikke kompetansekrav

De involverte foreslo i første omgang henholdsvis 8, 11 og 14 forskjellige grupper på spørsmålet. Mange av gruppene var imidlertid forholdsvis like. For eksempel skisserte en av de involverte to grupper av både ”villighet til å prøve” og ”pågangsmot”. I tillegg skisserte en av de involverte en egen gruppe for ”ressursrik”, mens en annen foreslo denne som ”*evne til å skaffe til veie ressurser*”, og derav gruppert under ”kompetanse”. Tabellen ovenfor viser at svaret til en respondent er ekskludert fra den videre analyse. Det var en respondent som hadde svart ”*personlighet*” på dette spørsmålet. Etter nærmere diskusjon ble det avtalt å fjerne dette svaret, da det rett og slett ble altfor bredt til å kunne kategoriseres på en tilfredsstillende måte. Det var liten uenighet mellom de involverte, og man klarte til slutt å operasjonalisere egenskapene ned i 6 forskjellige grupper. Som foreslått av Kidder (1981) og Terpstra og Olson (1993) var kriteriene for hele prosessen særpreg og innhold. Særpreg dreier seg om graden kategoriseringer består av forskjellige og gjensidig utforming av svarene. Innhold dreier seg om i hvilken grad kategoriseringer var grundig nok til å fange opp hele omfanget av den observerte responsen.

For å vurdere kategoriseringens reabilitet ble to siviløkonomstudenter¹¹ gitt dette skjemaet sammen med alle observerte svar, og bedt om å kode alle svarene ved hjelp av kategorisskjemaet. Studentene grupperte henholdsvis 88,3% og 92% riktig på spørsmål ”H1”. Med andre ord synes interrater-reabiliteten til skjemaet tilfredsstillende.

For å se hvilke konkrete egenskaper som ligger innunder de forskjellige konseptene, presenteres det for ordens skyld en liten oppsummering av dette. Konseptene om

¹¹ Sisteårs-studenter, Master of Science in Business

risikovillighet, tålmodighet, selvtillit og kreativitet er forholdsvis enkle å forstå og operasjonalisere, derfor presenteres ikke disse.

- Pågangsmot = vilje, stå-på-vilje, motivasjon, drivkraft, stayerevne, kraft til handling, engasjement, entusiasme, utholdenhet, stahet.
- Kompetanse = nyskapningsevne, analytisk, ressursrik, å kunne lytte, ansvarlighet, penger, intuisjon, innsikt, innovasjon, praktisk, kunne håndtere overraskende hendelser, vurderingsevne, løsningsorientert, å kunne stole på sine egne kunnskaper.

Kompetanse er en bred og generell egenskap. Jeg har derfor valgt å bruke denne som en egen gruppe. Alternativt kunne det vært ytterligere kategorisert og gruppert inn i flere grupper. Dette hadde imidlertid blitt litt for omfattende, siden det skal gjøres forslag til nye spørsmål omkring spesifikk entreprenøriell mestringsforventning. Som et kompromiss kan derfor man stille spesifikke spørsmål på bakgrunn av det generelle konseptet om kompetanse, og da ta hensyn til akkurat det som er nevnt ovenfor.

Den neste tabellen omhandler "H2", og spørsmålet dreier seg om synlige barrierer som potensiell entreprenører anser som de mest sentrale.

	Frekvens	Prosent	Kumulativ
Mangel på god ide	12	10,7	10,7
Manglende vilje til å ta risiko	21	18,8	29,5
Mange på kapital	21	18,8	48,2
Mangel på motivasjon	19	17,0	65,2
Manglende sosial støtte	5	4,5	69,6
Mangel på selvtillit	11	9,8	79,5
Manglende kunnskap	16	14,3	93,8
Gyldige svar	105	93,8	
Ekskludert	2	1,8	95,5
Ubesvart	4	3,6	99,1
Vet ikke	1	0,9	100,0
Totalt	112	100,0	

Tabell 5.7: Rapportering av spesifikke barrierer

De involverte foreslo i første omgang henholdsvis 9, 10 og 12 forskjellige grupper på spørsmålet. Også her fremsto mange av gruppene forholdsvis like. En av de involverte skisserte for eksempel egne grupper for både "normative barrierer" og "mangel på støttespillere". I tillegg skisserte en av de involverte en egen gruppe for "mangel på tid", mens en annen foreslo denne som "manglende lyst til å ofre tid", og derav gruppert under

”manglende motivasjon”. I tabellen ovenfor er det svar fra to respondenter som har blitt ekskludert. Bakgrunnen for dette var at den ene respondenten svarte at vedkommende ikke kunne se en eneste barriere, dette svaret ble derfor ekskludert for den videre analyse. En annen respondent svarte ”konkurranse”, noe som må kunne karakteriseres som urelevant ved måling av entreprenørielle intensjoner. Det var liten uenighet mellom de involverte, og man klarte til slutt å operasjonalisere egenskapene ned i 7 forskjellige grupper.

For å vurdere kategoriseringens reabilitet ble to siviløkonomstudenter¹² gitt dette skjemaet sammen med alle observerte svar, og bedt om å kode alle svarene ved hjelp av kategorisskjemaet. Studentene grupperte henholdsvis 79,5% og 87,5% riktig på spørsmål ”H2”. Med andre ord synes interrater-reabiliteten til skjemaet dekkende.

For å se hvilke konkrete fremtidige barrierer som ligger innunder de forskjellige konseptene, presenteres det for ordens skyld en liten oppsummering av dette. Konseptene om er forholdsvis enkle å forstå og operasjonalisere, derfor presenteres ikke disse.

- Mangel på god idé: kreativitet, forretningsidé
- Mangel på vilje til å ta risiko: det å ta sjansen, økonomisk usikkerhet, å tørre.
- Mangel på kapital: startkapital, økonomi, investering.
- Mangel på motivasjon: manglende ønske, kjeder seg fort alene, tidsklemme, mangel på fritid, utholdenhet, arbeidskrevende.
- Mangel på sosial støtte: negative mennesker rundt seg, janteloven, motstand fra andre, gode medarbeidere.
- Mangel på selvtillit: feighet, angst, frykt for å feile, manglende tro, sjenanse.
- Mangel på kunnskap: usikkerhet på egen kunnskap, erfaring, ressurser, lære å stole på andre, kreative evner, flink med å bruke ord.

Kompetanse er en bred og generell egenskap. Jeg har derfor valgt å bruke denne som en egen gruppe, ”mangel på kunnskap”. Alternativt kunne det vært ytterligere kategorisert og gruppert inn i flere grupper. Dette hadde imidlertid blitt litt for omfattende, siden det skal gjøres forslag til nye spørsmål omkring spesifikk entreprenøriell mestringsforventning. Som et

¹² Sisteårs-studenter, Master of Science in Business

kompromiss kan derfor man stille spesifikke spørsmål på bakgrunn av det generelle konseptet om kompetanse, og da ta hensyn til akkurat det som er nevnt ovenfor.

Når det gjelder prosessen ved å identifisere spesifikke entreprenørielle mestringsfaktorer, har også denne prosedyren svakheter. For det første ble respondenten bedt om å bare gi den viktigste entreprenørielle egenskapen og den største barrieren på veien til en entreprenøriell karriere. På den andre siden er likevel slike åpne spørsmål hyppig brukt i lignende type forskning (Terpstra og Olson, 1993; Cowan, 1990). For det andre er det mulig at en multidimensjonal skalaprogram kunne forbedre skjemaet. Denne tilnærmingen synes uansett vanskelig i denne sammenhengen på grunn av kompleksiteten.

5.9 Forslag til nye spørsmål

De entreprenørielle mestringforventningsfaktorene som identifiseres i oppgaven bør helt klart tilpasses konteksten konseptet skal studeres i. Spørsmålsstillingen, ordlyden og formuleringen bør tilpasses etter hvilken målgruppe man studerer (for eksempel potensielle entreprenører eller faktiske entreprenører) Svar kan bli gitt langs en 7-poengs Likert-type skala fra 1="helt uenig", til 7="helt enig".

Pågangsmot: (1) Jeg har pågangsmot nok til å kunne bli en entreprenør, (2) Jeg har det rette engasjement for å kunne bli en entreprenør, (3) Jeg er motivert for en karriere som entreprenør.

Risiko: (1) Den totale risiko ved etablering av en ny bedrift er stor (2) I det store og hele vil jeg vurdere alternativet ved å etablere en bedrift som noe positivt, (3) Jeg foretrekker å gjøre feil istedenfor å ikke gjøre noe i det hele tatt.

Tålmodighet: (1) Mine tålmodige evner vil være til god hjelp i en kaotisk etableringsprosess, (2) Jeg velger ikke alltid den første mulige løsningen som dukker opp, (3) Jeg kan tåle å "bli tråkket på tærne".

Kompetanse: (1) Jeg har god nok kunnskap om bedriftsetablering, (2) Min analytiske vurderingsevne gir meg en god forståelse for dynamikken vedrørende bedriftsetablering, (3) Jeg føler jeg kan håndtere overraskende hendelser på en god måte.

Selvtillit: (1) Jeg har tro på mine egenskaper som entreprenør, (2) Jeg klarer å fremstå selvsikker og overbevisende i pressede situasjoner, (3) Jeg er bevisst på mine styrker og svakheter.

Kreativitet: (1) Mine kreative evner gjør det lett for meg å finne den rette forretningsidéen, (2) Jeg er fantasifull nok til å skape noe nytt, (3) Jeg vurderer muligheter som noe positivt, og trusler som noe negativt.

6. Avslutning

I avslutningskapitelet presenteres hovedfunnene. Det både diskuteres og konkluderes etter hvert som de forskjellige funn fremføres. Videre eksegteres både de teoretiske og praktiske implikasjonene som oppgaven åpenbart frembringer. Begrensninger og svakheter med oppgaven som helhet drøftes og noen anbefalinger for videre forskning lanseres. Kapitelet avslutter med en litteraturhenvisning.

6.1 Hovedfunn, diskusjon og konklusjon

Denne oppgaven har funnet ut at teorien om planlagt atferd med rimelig god nøyaktighet og forklaringsgrad, kan forklare entreprenørielle intensjoner.

Går vi i dybden på de aktuelle variablene er holdninger og subjektive normer mye sterkere positivt signifikant mot entreprenørielle intensjoner, enn variabelen oppfattet atferdskontroll. Sistnevnte er signifikant relatert til entreprenørielle intensjoner, men på et mye lavere nivå enn de to andre variablene. Det kan på generelt grunnlag diskuteres på om denne målevariabelen er godt nok konstruert spesifikt mot entreprenørielle intensjoner. Hvis det er slik at oppfattet atferdskontroll skal måles via en generell mestringsforventningsskala (Liñán og Chen, 2006), må i alle fall målevariabelen konstrueres mot spesifikke mestringsforventninger som er identifisert i denne oppgaven.

Hvis det finnes en tilstrekkelig grad av faktisk kontroll over atferden, vil entreprenøren følge intensjonen når en mulighet oppstår. Det er imidlertid ikke slik at en student vil føle en tilstrekkelig grad av kontroll over atferd (les: å etablere en bedrift), hvis vedkommende faktisk ikke har kjennskap til atferdens konsekvens (les: vet hvordan det er å etablere en bedrift).

Oppfattet atferdskontrollsinnsflytelse på intensjonen er avhengig av hvilken type atferdskontekst beslutningstaker står ovenfor (Ajzen, 1991; Armitage og Connor, 2001). Den spesifikke konfigurasjonen av relasjonen mellom alle disse konstruktene må være empirisk bestemt for hver spesifikk atferd, og dette kommer kanskje spesielt godt frem i forholdet mellom oppfattet atferdskontroll på den ene siden og subjektive normer og holdninger til entreprenørskap på den andre siden.

Når vi bringer inn konseptet om mestringsforventning i regresjonsanalysen fikk vi imidlertid problemer med å forklare sammenhengen. På den ene siden har mestringsforventning isolert sett en større forklaringsgrad på intensjonen enn oppfattet atferdskontroll¹³. Likevel ble mestringsforventning usignifikant relatert til entreprenørielle intensjoner. Derfor kan vi konkludere med at de generelle målene som er benyttet i undersøkelsesskjemaet ikke bygger på gode nok spesifikke entreprenørielle mestringfaktorer. De spesifikke målene som er identifisert vil forhåpentligvis i senere forskning vise seg å ha en større innflytelse på entreprenørielle intensjoner. Frem til eventuelt det blir testet kan vi argumentere for at mestringsforventning heller ikke er noe godt mål på å forklare betydningen av entreprenørielle intensjoner.

Oppgaven har også funnet ut at modellen om den entreprenørielle begivenhet med rimelig god nøyaktighet og forklaringsgrad, kan forklare entreprenørielle intensjoner. Teorien om planlagt atferd har likevel en marginalt bedre forklaringsgrad enn modellen om den entreprenørielle begivenhet. Uansett fremstår begge modellene som relevant, aktuell og treffsikker når det gjelder å studere entreprenørielle intensjoner.

Oppgaven har vist, med bakgrunn i koblingen mellom intensjonsmodeller og entreprenørskap, identifisert hvordan man kan predikere entreprenørielle intensjoner. Modellene som er empirisk testet gir en svært god forklaringskraft og ditto prediksjonsevne.

For å kunne stimulere entreprenørielle intensjoner, må man forsøke å endre holdninger, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll. I tillegg må undervisnings- og opplæringsprogram identifisere tiltak som kan fremme pågangsmot, risikovillighet, tålmodighet, kunnskap, selvtillit og kreativitet. Barrierer som mangel på idé, risikovillighet, kapitaltilgang, motivasjon, sosial støtte, selvtillit og kunnskap må også forsøkes å brytes ned.

6.2 Teoretiske implikasjoner

Denne oppgaven har identifisert sentrale og spesifikke krav til personlige egenskaper hos potensielle entreprenører. I tillegg har oppgaven identifisert like sentrale og spesifikke barrierer som hemmer entreprenørielle intensjoner. Alle disse spesifikke mestringsforventningsfaktorene er forbundet med forskjellige sider ved det å være entreprenør, og gir flere sentrale bidrag til den teoretiske aktualiteten. Om målevariabelen til

¹³ Se vedlegg.

oppfattet atferdskontroll skal bygge på en generell mestringsforventningsskala, må man hensynta og innlemme de spesifikke mestringsforventninger som er identifisert i denne oppgaven.

Teorien om planlagt atferd og modellen om den entreprenørielle begivenhet har fått bred støtte gjennom empirisk arbeid. Også denne oppgaven konkluderer med at holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og oppfattet kontroll er i stand til å predikere entreprenørielle intensjoner rimelig nøyaktig. På samme måte fanges entreprenørielle intensjoner opp av om en slik begivenhet sees på som både ønskelig og mulig, i modellen om den entreprenørielle begivenhet.

6.3 Praktiske implikasjoner

I en politikk for å få økt tilgang på motiverte og kapable entreprenører, er det primært et fokus på å øke oppmerksomheten om entreprenørskap som karrieremulighet. Her er skolen kanskje den fremste arena for stimulering av entreprenørielle intensjoner. Tidligere undersøkelser innen entreprenørskap tyder på at man kan gjøre en god del i skoleverket for å øke oppmerksomheten om og bedre attraktiviteten og overkommeligheten av entreprenørskap (Waagø, Olsen og Furre, 1997).

Solstad (2000) konkluderer med at oppgaven for grunnskole og videregående opplæring primært bør fremme den generelle entreprenørielle kompetansen. Streben etter å stimulere de spesifikke entreprenørielle kvalitetene bør komme etter dette nivået (Solstad, 2000). Forskning viser også at ungdomsbedrifter (videregående skole) viser indikasjoner på nyskapende ideer med åpenbart markedspotensial (Alsos, Rønning og Rasmussen, 2005).

Teorien om planlagt atferd gir oss svar på at vi kan stimulere entreprenørielle intensjoner ved å endre holdninger til entreprenørskap, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll. Oppgaven har vist at holdninger og subjektive normer i aller høyeste grad virker inn på intensjonen, mens oppfattet atferdskontroll ikke har samme forsterkende virkning. Frem til de spesifikke mål om entreprenørielle mestringsforventningsfaktorer testes, vet vi heller ikke så mye om denne betydningen.

Dette betyr i praksis at potensielle entreprenører i denne oppgavens undersøkelse bare anser å ha tilstrekkelig kontroll over entreprenørskapsprosessen, verken mer eller mindre. Det er

ingen tvil om at oppfattet kontroll over atferden indikerer forbedringspotensial. Potensielle entreprenører må få et så tett forhold til entreprenørskap som overhodet mulig, gjerne så tidlig som mulig. Dess mer kunnskap, kjennskap, erfaring og følt kontroll potensielle entreprenører har, dess større er sjansen for at denne variabelen har en større innvirkning på intensjonen. I et praktisk perspektiv betyr dette teori- og praksisbasert læring, slik at forskjellige typer mestringsøvelser kan føre til større andel av følt kontroll.

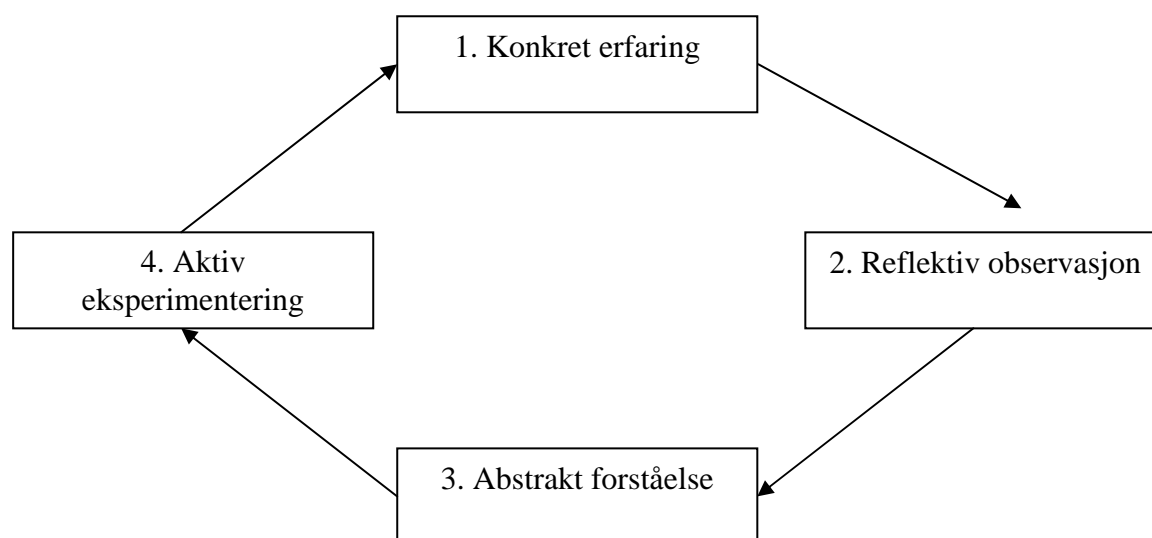
Modellen om den entreprenørielle begivenhet gir oss svar på at vi kan stimulere entreprenørielle intensjoner ved å gjøre en slik karrierevei mer ønskelig og mulig for den potensielle entreprenør. Det er flere studier som har konkludert med at intensjonen til å etablere bedrift er en funksjon av oppfattet ønskelighet og mulighet, som igjen er en funksjon av holdninger, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll (Kolvereid, Iakovleva og Kickul, 2006). Med andre ord; om man endrer holdninger, subjektive normer og oppfattet atferdskontroll, endrer man også den oppfattede ønskeligheten og muligheten.

På tross av at økt utdanning gir folk bedre forutsetninger for å starte bedrifter, har utdanning liten eller ingen effekt på entreprenørskapsintensjoner eller forsøk på bedriftsetablering (Jenssen et al., 2006). Kanskje er det slik at utdanning fører til at folk blir mer oppmerksom på hvor vanskelig det er å etablere bedrifter og derfor unnlater å gjøre det. Det er i alle fall sannsynlig at utdanning gir folk bedre muligheter på arbeidsmarkedet, og at det derfor blir mindre attraktivt å starte for seg selv. Kolvereid og Moen (1997) viste i 1997 at siviløkonomer med spesialisering i entreprenørskap har mer enn dobbelt så stor sjanse for å etablere bedrift eller bli eier av en bedrift på en eller annen måte. Man bør på bakgrunnen av disse funnene innføre entreprenørskap som et valgfag eller som et obligatorisk fag i alle typer utdanning, fra ingeniørutdanning via juristutdanning til sykepleier- og snekkerutdanning, og på alle nivåer, fra barne- og ungdomsskole via videregående skoler, høyskoler/universitet og til etterutdanning. En del av denne strategien er allerede iverksatt og gjennomført, men fortsatt gjenstår en del arbeid på området. Innen økonomisk/administrativ utdanning synes fagområdet allerede brukbart utbygd, men denne oppgaven identifiserer flere sentrale og spesifikke krav til kompetanse hos entreprenøren som bør inkluderes i all undervisnings- og opplæringsprogram.

Undervisnings- og opplæringsprogram må derfor identifisere tiltak som kan fremme pågangsmot, risikovillighet, tålmodighet, kunnskap, selvtillit og kreativitet. I tillegg fremstår

idéproduksjon, risikoorientering, kapitaltilgang, motivasjon, sosial støtte, selvtillit og kunnskap som sentrale barrierer i entreprenørskap. Barrierer er til for å brytes.

Erfaringsmessig læring lærer deg hvordan du skal lære. Derfor lærer mennesket raskere i nye situasjoner. Kolb (1984) hevder at entreprenører lærer på følgende måte:



Figur 6.1: Kolbs (1984) læringsprosess

Erfaringsmessig læring er syklisk prosess bestående av reflektiv observasjon, abstrakt forståelse og aktiv eksperimentering (Korthagen, 2001).

Gibb (1987) har følgende taktikk på hvordan man skal stimulere entreprenørielle intensjoner, og derav utvikle flere potensielle entreprenører:

Tradisjonelt fokus	Entreprenørielt fokus
Fortiden	Fremtiden
Kritiske analyser	Kreativitet
Kunnskap	Innsikt
Passiv forståelse	Aktiv forståelse
Objektiv	Følelsesmessig involvering
Manipulering av symbol	Manipulering av hendelser
Skriftlig kommunikasjon og nøytralitet	Personlig kommunikasjon og innflytelse
Konsept	Problem eller mulighet

Tabell 6.2: Gibbs (1987) syn på entreprenørskap i utdanningen

Wood (2003) hevder at psykologisk eierskap er nøkkelen til å forsterke studentens læring, og undervisningsopplegget bør helt klart være fokusert på erfaringsbasert læring, prøving og feiling. Det er ingen tvil om at dette er en krevende oppgave for skoleverket. Man må ha

tilgang på dyktige og motiverte lærere som spiller på de riktige pedagogiske prinsippene. Etterutdanning for lærere innen entreprenørskap er helt klart på sin plass.

Undervisningsopplegget innen fagområdet bør helt klart være fokusert på erfaringsbasert læring, samt prøving og feiling. Det virker hensiktsmessig å bygge casebasert-undervisning, hvor et bredt utvalg av bransjer er representert, for å få en tidlig opplæring i å kunne vurdere forretningsmessig potensiale. Dette kan for eksempel konkretiseres med utforming av enkle forretningsplaner, som allerede er obligatorisk hos en rekke institusjonelle aktører. Presentasjoner og foredrag av faktiske entreprenører er andre tiltak som kan fokuseres mer på. Slik kan man skape rollemodeller og forbilder for andre potensielle entreprenører.

For å ivareta og bedre den praktiske kunnskapen i læringsprosesser må koblingen mellom skole og næringsliv utbedres. Det er grunn til å anta at det kan ligge et sterkere potensial i en slik kobling, og da spesielt med tanke på kandidatstillinger (internships) i bedrifter mens man studerer. I det hele tatt vil en slik tettere kobling føre til mer praktisk og erfaringsbasert læring, som i sin tur vil styrke flere av de sentrale kompetansekrav hos entreprenøren.

Avstanden mellom kapital og potensiell entreprenør kan i mange tilfeller reduseres. Det er en større andel av potensielle entreprenører i undersøkelsen som ser kapitaltilgangen som et stort problem, og her er det fortsatt en vei å gå for både offentlige og private investorer. Gode prosjekter nyter godt av tilført kapital.

Man må i det hele tatt lære seg å verdsette entreprenørielt talent. Kreativitet sees i denne oppgaven på som et fundamentalt kompetansekrav for å være selvstendig næringsdrivende. Hären (2006) mener at stimulering til egen tenking i ung alder må til for å bygge opp en kreativ selvtillit. I et foredrag på Inovus (2007) ga Hären følgende råd for å stimulere til kreativitet:

”La oss leve og dø som Hitchcock. La kreativiteten utvikle seg livet ut, i stedet for å drepe den i tidlig alder”.

Potensielle entreprenører finner man overalt i samfunnet, og det har også vært et økt fokus på ikke bare rene forretningsmessig entreprenørskap, men også akademisk entreprenørskap, sosialt entreprenørskap, teknologisk entreprenørskap m.m. Dette får en innvirkning for

utdannings- og opplæringsinstitusjoner som arbeider med entreprenørskap daglig (Welsh og Kickul, 2001). Entreprenørskapsutdanning- og opplæring befinner seg ergo ikke kun i akademia, men overalt i samfunnet. Kirby (2004) peker at utdanningsinstitusjonene er nødt til å utøve en mer innovativ og radikal tilnærming til entreprenørskapsutdanning.

6.4 Begrensninger og svakheter ved oppgaven

Å bruke studenter som målgruppe for å undersøke entreprenørielle intensjoner er ikke uten videre uproblematisk. Å etablere en bedrift trenger ikke å være et realistisk alternativ for mange av respondentene. Som en konsekvens er både generaliserbarhet og validitet sårbare momenter. På den andre siden må det likevel tillegges vekt at studenter som målgruppe, gir fordeler i form av en mer homogen gruppe enn andre. Dette gjelder både alder og kvalifikasjoner.

De fleste studier av entreprenørielle intensjoner har benyttet studentutvalg der en gruppe av studenter har svart på et spørreskjema. Denne metoden har vært kritisert, og Shook, Priem og McGee (2003) mener nå tiden er moden for å studere folk som faktisk etablerer bedrifter, for å se på den faktiske atferden. Likevel fremstår intensjonsmodellene som ideelle ved å bruke studenter som målgruppe. Dette kan for eksempel illustreres med de synlige barrierene studenter som oppstår når studenter står ovenfor valg av karriere. Dette kan igjen relateres til hvilke som helst komponenter i intensjonsmodellene: oppfattet ønskelighet (for eksempel manglende ønske), oppfattet mulighet (for eksempel mangel på kapital, evner eller mestringsforventning).

Det er en svakhet ved oppgaven at det eksisterer skjevheter i utvalget. Man vil ikke kunne generalisere rent på bakgrunn av annet enn kjønn. Det kan likevel diskuteres hvorvidt man behøver å generalisere på bakgrunn av akademisk nivå. Det er kanskje ikke denne betydningen i oppgaven som gir størst interesse. Oppgaven representerer og besitter andre gode kvaliteter enn et rent pragmatisk generaliseringshensyn.

For å bøte på generaliseringsprinsippet kunne man ha vurdert andre forskningsstrategier, som for eksempel å fjerne noen av respondentene fra utvalget som hører hjemme på masternivå, men dette har også vært vanskelig på grunn av utvalgets opprinnelige størrelse. Man har derfor konsentrert seg om problemet og tatt hensyn til det i all videre databehandling. Det er overhodet ingenting som tyder på at skjevheten har gitt konsekvenser ved presentasjon av

resultatene. Ergo er slutningene i den kvantitative fremstillingen ikke i nærheten av å bli truet av reabilitet- og validitetsproblemer.

6.5 Forslag til videre forskning

Det er åpenbart at de nye spesifikke målene på entreprenøriell mestringsforventning bør testes i videre forskning. Det kan også være iøynefallende å se på om mestringsforventning er influert av andre variabler. Siden det er identifisert nye krav til entreprenørielle mestringsfaktorer, vil det være meget innlysende å se an relasjonen dette nye konseptet har til andre variabler, både i teorien om planlagt atferd og i modellen om den entreprenørielle begivenhet. Det er mange dører til ny forskning som åpner seg ved såpass sentrale funn som denne oppgaven har identifisert.

Det kan også være interessant å se om teorien om planlagt atferd er robust i andre settinger, for eksempel om intensjonene har en direkte effekt på atferden. Ved å følge de samme respondentene som er benyttet i denne oppgaven (mange har lagt ved kontaktinformasjon), kan man lettere studere akkurat dette. Det kan altså være interessant å se om de entreprenørielle intensjonene faktisk har bidratt til bedriftsetablering.

Til tross for økende bidrag av både teoretisk litteratur av karriereteori, samt empiriske bevis med bakgrunn i intensjoner for bedriftsetablering, er det en mangel på en kvalitativ tilnærming. En intensjon om bedriftsetablering er i aller høyeste grad kompleks av natur, og et forsøk på å forstå mer av den spesifikke historien, i den spesifikke omgivelsen og konteksten, kunne kanskje gitt forskningen en ytterligere og bredere forståelse for fenomenet. Henry et al. (2003) stiller på dette grunnlaget spørsmålet om man i hele tatt noensinne vil kunne få en universell godkjent teori.

Istedenfor å fokusere på deler av den entreprenørielle prosessen, er det kanskje behov for en mer holistisk tilnærming. Rotefoss og Kolvereid (2005) savner forskning som ser på interaksjonen mellom menneskelige og miljømessige ressurser. Segal, Borgia og Schoenfeld (2005) foreslår dyptgående forskning hvis formål er å gi en rikere forklaringsmessig informasjon. Rae (2002), McMullan og Vesper (2000) foreslår mer bruk av case-studier, for å få en bredere forståelse.

Litteraturliste

Aadland, E. (1997), "Og eg ser på deg – vitenskapsteori for helse og sosialarbeidere". Oslo: Tano Asckehoug.

Ajzen, I. (1987), "Attitudes, traits and Actions: dispositional predictions of behaviour in Personality and Social Psychology. I Berkowitz, L. (ed.): *Advances in Experimental Social Psychology*. Nueva York Academic, 20, pp. 1-63.

Ajzen, I. (1991), "The theory of planned behaviour." *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Ajzen, I. (2002), "Perceived behavioural control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behaviour". *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.

Ajzen, I. Og Driver, B.L. (1992), "Application of the theory of planned behaviour to leisure choice". *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207-224.

Ajzen, I. og Fishbein, M. (1980), "*Understanding attitudes and Predicting Social Behaviour*". Eaglewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Aldrich, H. (1989), "Networking among women entrepreneurs". I Hagan, O., Rivchun C. og Sexton, D. (eds.), 103-132. *Women-owned businesses*. New York: Preager.

Alsos, G.A., Rasmussen, E. og Rønning, W. (2005), "*Har du en god idé? Idéskapning i ungdomsbedrifter*". NF-arbeidsnotat nr. 1008/2005. Tilgjengelig fra: http://www.nordlandsforskning.no/files/Notater%202005/arbnotat_1008_05.pdf [lest 20.05.07 kl. 13:20].

Anna, A.L., Chandler, G.N., Jansen, E. Og Mero, N.P. (2000), "Women business owners in traditional and nontraditonal industries". *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279-303.

Armitage, C.L. og Conner, M. (2001), "Efficacy of the theory of planned behaviour: a meta-analytic review". *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.

Autio, E. Keeley, R. Klofsten, M., Parker, G og Hay, M. (2001), "Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.

Bandura, A. (1977), "*Social Learning Theory*". New York: General Learning Press.

Bandura, A. (1986), "*Social Foundations of Thought and Action*". Eaglewood Cliffs: NJ: Prentice-Hall.

Bandura, A. (1997), "*Self-Efficacy. The Exercise of Control*". W.H. Freeman and Co., New York.

Batjargal, B. (2003), Social capital and the entrepreneurial performance in Russia: a longtidinal study. *Organization Studies*, May.

- Befring, E. (1994), ”*Forskningsmetode og statistikk*”. Oslo: Det norske samlaget, 2 utg.
- Begley, T.M. og Boyd, D.P. (1987), “Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller business”. *Journal of Business Venturing*, 2, 79-93.
- Bird, B.J. (1992), “The operation of intentions in time: the emergence of a new venture”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 11-20.
- Bird, B. (1988), “Implementing entrepreneurial ideas: the case for intentions”, *Academy of Management Review*, 13, 442-453.
- Blaug, M. (1992), “*The methodology of Economics*”, Cambridge University Press.
- Bourque, L.B. og Clark, V.A. (1992), “*Processing data – the survey example*”. Sage University Paper, Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Boyd, N.G. og Vozikis, G.S. (1994), “The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 63-77.
- Bradley, D.E. og Roberts, J.A. (2004), “Self-employment and job satisfaction: investigating the role of self-efficacy, depression and seniority”. *Journal of Small Business Management*, 42(1), 37-58.
- Brockhaus, R.H. og Horwitz, P.S. (1986), “The Psychology of the entrepreneur. In D. Sexton og R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*, 25-48. Cambridge, MA: Ballinger.
- Bullvåg, E., Kolvereid, L. og Åmo, B.W. (2006), “*Global Entrepreneurship Monitor: Entreprenørskap i Norge 2006*”.
- Bygrave, W. og Minniti, M. (2000), ”The social dynamics of entrepreneurship”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 25-36.
- Carsrud, A., Gaglio, C. Og Kernochan, R. (1993), ”Demographics in entrepreneurship research: Guidelines for the use of demographic data. I Brockhaus, R. og Katz, J. (ed)., *Research in Firm Emergence, Growth and Entrepreneurship*.
- Carter, N.M., Gartner, W.B. og Reynolds P.D. (1996), “Exploring start-up sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151-166.
- Casson, M. (1982), “*The entrepreneur – An economic theory*”. Oxford: Martin Robertson.
- Chandler, G.N. og Lyon, D.W. (2001), ”Issues of research design and construct measurement in entrepreneurship research: the past decade. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 101-113.
- Chen, C.C., Greene, P.G. og Crick, A. (1998), “Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?”. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.

- Cooper, A. (1986), "Entrepreneurship and high technology". In D. Sexton og R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*, 153-180. Cambridge, MA. Ballinger.
- Cooper, A. Og Dunkelberg, W. (1984), "A new look at business entry". San Mateo, CA: National Federation of Independent Businesses.
- Cooper, A.C. (1993), "The role of Incubator Organizations in the Founding of Growth-oriented Firms". *Journal of Business Venturing*, 1(1), 75-86.
- Crant, J.M. (1996), "The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions". *Journal of Small Business Management*, 34(1), 42-49.
- Davidsson, O. (1991), "Continued entrepreneurship: Ability, need and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6, 405-429.
- Davidsson, P. (1993), "Folket om företagandet". *FA publikation*, 1993. Umeå Business School, Sverige.
- Delmar, F., og Davidsson, P. (2000), "Where do they come from? Prevalance and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(1), 1-23.
- DeNoble, A.F., Jung, D. og Ehrlich, S.B. (1999), "Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relation to entrepreneurial action". I Reynolds, P.D., Bygrave W.D, Manigart, S., Mason, C.M., Meyer, G.D., Sapienza H.J., Shaver, K.G. (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College Wellesley, MA, pp. 73-87.
- Dorf, R.C. og Byers, T.H. (2005), "*Technology Ventures: From Idea to Enterprise*". New York: McGraw-Hill.
- Dyer, W.G. (1994), "Toward a theory of entrepreneurial careers". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(2), 7-21.
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R. og Lowe, A. (1991), "*Management research – an introduction*". London: SAGE Publications Ltd.
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R. og Lowe, A. (2002), "*Management research*". London: Sage.
- Fink, A. (1995), "*How to ask survey questions*". Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Frees, E.W. (1996), "*Data analysis using regression models. The business perspective*". Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall.
- Fugleberg, O. og Kristianslund, I. (1995), "*Innføring i regresjonsanalyse og multivariate metoder*". Oslo: Bedriftsøkonomens forlag.
- Gartner, W.B. (1988), "Who is an entrepreneur?" Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12, 11-32.

- Gartner, W.B., Starr, J.A. og Bhat, S. (1999), "Predicting New Venture Survival: An Analysis of 'Anatomy of a Startup' Cases from Inc. Magazine. *Journal of Business Venturing*, 14: 215-232.
- Ghauri, N.P. og Grønhaug, K. (2002), "*Research methods in business studies: A practical guide*, 2.utg. Harlow: Financial Times, Prentice-Hall.
- Gibb, A.A. (1987), "Enterprise culture – its meanings and implications for education and training", *Journal of European Industrial Training*, 11(2), 3-38.
- Gist, M.E. (1987), "Self-efficacy: Implications for organizational behaviour and human resource management". *Academy of Management Review*, 12(3), 472-485.
- Gripsrud, G., Olsson, U.H. og Silkoset, R. (2004), "*Metode og dataanalyse*". Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Hair Jr., J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.R. og Black, W.C. (1998), "*Multivariate Data Analysis*, 5 utg. Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Halvorsen, K. (1993), "Å forske på samfunnet". Oslo: Bedriftsøkonomens forlag.
- Hellevik, O. (1999), "*Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*", 6.utgave. Oslo: Universitetsforlaget.
- Henry, C., Hill, F. og Leitch, C. (2003), "*Entrepreneurship education and training*". Ashgate: Aldershot.
- Hisrich, R.D. og Peters, M.P. (1995), "*Entrepreneurship. Starting, developing and managing a new enterprise*. London: Irwin, 3 utg.
- Holland, J.L. (1983), "Making vocational choices: a theory of careers". I Osipow, S.H. (ed.), *Theories of Career Development*. Eaglewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Holme, I.M. og Solvang, B.K. (1986), "*Metodevalg og metodebruk*". Oslo: Tano Asckehoug.
- Hären, T. (2006), "*Idébok for foreldre: en bok om å bevare ditt barns kreativitet – og utvikle din egen*". Dinamo Forlag.
- Ilstad, S. (1989), "*Survey-metoden. En veiledning i utvalgsundersøkelser*". Tapir Forlag.
- Inovus (2007), "*Ikke drep barns kreativitet*". Åpningsinnlegg ved Teo Hären.
- Isaksen, E. (2006), "Early Business Performance – initial factors effecting new business outcomes", *Ph.D. serie no. 6 – 2006*.
- Isaksen, E. og Kolvereid, L. (2005), "Growth objectives in Norwegian start-up businesses". *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2(1): 17-26.
- Jacobsen, D. (2003), "*Forståelse beskrivelse og forklaring. Innføring i samfunnsvitenskapelig metode for helse- og sosialfagene*". Kristiansand: Høyskoleforlaget AS.

- Jenssen J.I., Kolvereid L. og Erikson, T. (2006), *Perspektiver på entreprenørskap*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Johannessen, J.A., Tufte, P.A og Kristoffersen, L. (2004): *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Abstrakt Forlag, Oslo.
- Judd, C.M., Smith, E.R. og Kidder, L.H. (1991), "*Research methods in social relations: International edition*". Florida: Holth, Reinehart og Winston Inc., The Dryden Press, 6 utg.
- Katz, J.A (1992), "A psychological cognitive model of employment status choice". *Entrepreneurship theory and practice* 17 (1), 29-37.
- Katz, J.A. (1993), "How satisfied are the self-employed: A secondary analysis approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(1), 9-23.
- Katz, J.A. (1994), "Modelling entrepreneurial career progressions: concepts and considerations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(2), 23-39.
- Katz, J.A. og Gartner, W.B. (1988), "Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review*, 13(3), 429-442.
- Kickul, J. og Krueger, N.F. (2004), "A cognitive Processing Model of Entrepreneurial self-efficacy and intentionality, in S.A. Zahra et al. (eds.) *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 607-619. Wellesley, MA: Babson College, Center for Entrepreneurial studies.
- Kidder, L.H. (1981), "*Selltiz, Wrightsman and Cook's research methods in social sciences*, 4 utg. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kirby, D.A. (2004), "Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge?". *Education + Training*, 46 (8-9), 510-519.
- Kirzner, I. (1973), "*Competition and entrepreneurship*". Chicago: University of Chicago Press.
- Kjeldsen, J. (1991), "*Bidrag til udvikling af en egentlig entrepreneurteori*". Århus: Handelshøjskolen i Århus.
- Kolb, D.A. 1984), "*Experiential learning: Experience as the source of Learning and Development*". Eaglewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall.
- Kolvereid, L. (1996a), "Organizational Employment versus self-employment: Reasons for Career Choice Intentions". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(3), 23-31.
- Kolvereid, L. (1996b), "Prediction of employment status choice intentions". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-56.
- Kolvereid, L. og Isaksen, E. (2006), "New business start-up and subsequent entry into self-employment". *Journal of Business Venturing* 21, 866-885.

- Kolvereid, L. og Moen, Ø. (1997), "Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference?". *Journal of European Industrial Training*, 21(4), 154-160.
- Kolvereid, L., Bullvåg, E. og Oftedal, E. (2001), "Global Entrepreneurship Monitor: *Entreprenørskap i Norge 2001*".
- Kolvereid, L., Iakovleva, T. og Kickul, J. (2006), "An integrated model of Entrepreneurial intentions". Handout from Iakovleva, T.
- Kolvereid, L., Iakovleva, T., Kickul, J., Åmo, B.W. og Steshin, A. (2007), "To Start a Business: Entrepreneurial intentions among Russian, Norwegian and Finnish Students". In Bourmistrov, A. Og Mellemvik, F. eds., *Norwegian-Russian Cooperation in Business Education and Research: Visions and Challenges in Perspectives of the High North*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag, 43-56.
- Korthagen, F.A.J. (2001), "Teacher Education: a Problematic Enterprise. I Korthagen, F.A.J. Koster B., Lagerwerf, B., Wubbels, T: *Linking practice and theory. The Pedagogy of Realistic Teacher Education*. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey / London, 2001.
- Krueger, N.F. (2003), "Thinking entrepreneurially: Entrepreneurial cognition, in *The International Handbook of Entrepreneurship Research*, Z. Acs (ed.)
- Krueger, N.F. og Brazeal, D.V. (1994), "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Krueger, N.F. og Carsrud, A.L. (1993), "Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship Theory and Practice* 5 (3), 23-31.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D. og Carsrud, A.L. (2000), "Competing models of entrepreneurial intentions". *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Landström, H. (2000), *Entreprenörskapets rötter*, 2 utg. Lund, Studentlitteratur.
- Learned, K.E. (1992), "What happened before the organisation?" A model of organizations formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 39-48.
- Lent, R., Brown, S. og Hackett, G. (1994), "Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice and performance. *Journal of Vocational Behaviour*, 45: 79-122.
- Liñán, F. (2004), "Intention-based modelos of entrepreneurship education", *Picolla Impresa / Small Business*, 3, 11-35.
- Liñán, F. og Chen, Y.W. (2006), "Testing the entrepreneurial intention modell on a two-country sample". *Document de Treball núm. 06/7*, Departament d'Economia de l'Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Madden, T.J., Ellen, P.S. og Ajzen, I. (1992), "A comparison of the theory of planned behaviour and reasoned action", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3-9.

- Matthew, C.H. og Moser, S.B. (1995), "Family background and gender: Implications for interest in small firm ownership. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7(4), 365-377.
- McMullan, W.E. og Vesper, K.H. (2000), "Becoming an entrepreneur. A participant's perspective. *Entrepreneurship and Innovation*, 1(1), 33-44.
- Nabi, G., Holden, R., Wamsley, A., Harte, V., Jameson, V., Kyriakidou, N. og Price, A. (2006), "Career making: Graduating into Self-employment". *National Council for Graduate Entrepreneurship, Research Report 009/2006*.
- Nyeng, F. (2004), "Vitenskapsteori for økonomer". Abstrakt forlag.
- Osipow, S.H. (1973), "Theories of Career Development, 2.utg.". New York: Appleton-Century-Crofts.
- Pedhazur, E.J. og Pedhazur Schmelkin L.P. (1991), "*Measurement, design and analysis: An integrated approach*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associated Inc.
- Podsakoff, P.M., Mackenzie, S.B., Lee, J.Y og Podsakoff, N.P. (2003), "Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Research Psychology*, 88, 879-903.
- Rae, D. (2002), "Entrepreneurial emergence: A narrative study of entrepreneurial learning in independently owned media businesses. *Entrepreneurship and innovation*, 3(1), 53-59.
- Reitan, B. (1998), "*Perspectives on new venture creation. The stimulation of entrepreneurial potential and new venture attempts among young people*". Doctoral dissertation. Trondheim, The Norwegian University of Science and Technology.
- Reve, T. (1985), "Validitet i økonomisk-administrativ forskning". I metoder og perspektiver i økonomisk-administrativ forskning. Oslo: Universitetsforlaget.
- Reve, T. og Jakobsen, E.W. (2001), "Et verdiskapende Norge". Oslo: Universitetsforlaget.
- Reynolds, P.D. (1997), "Who new start new firms? – Preliminary explorations of firms-in-gestation", *Small Business Economics*, 9(5), 449-462.
- Reynolds, P.D., Hay, M., Bygrave W.D., Camp, S.M. og Autio E. (2000), *Global Entrepreneurship Monitor: 2000 Executive Report*. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Reynolds, P.D., Storey, D.J og Westhead, P. (1994), "Cross-national Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates, *Regional Studies*, 28, 443-456.
- Ringdal, K. (2001), "Enhet og mangfold". Bergen: Fagbokforlaget.
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C og Hunt H.K. (1991), "An attitude approach towards to the prediction of entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-30.

- Ronstadt, R. (1988), "The corridor principle", *Journal of Business Venturing*, 3(1), 31-40.
- Rotefoss, B. og Kolvereid, L. (2005), "Aspiring nascent and fledging entrepreneurship: An investigation of the business start-up process. *Entrepreneurship & Regional Development* 17(2), 109-127.
- Sandberg, W.R. og Hofer, C.W. (1987), "Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur". *Journal of Business Venturing*, 2(1), 5-28.
- Schein, E.H. (1978), "*Career dynamics: Matching individual and organizational needs*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Scherer, R.F., Adams, J.S., Carley, S.S. og Wiebe, F.A. (1989), "Role model performance effects on the development of entrepreneurial career preference". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-71.
- Scherer, R.F., Brodzinsky, J.D. og Wiebe, F.A. (1991), "Examining the relationship between personality and entrepreneurial career preference". *Entrepreneurship and Regional Development*, 3, 195-206.
- Schumpteter, J. (1934), "*The theory of Economic Development. An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*". Harvard Business Press, Cambridge (7. utg., 1961). Oversatt fra Tysk ved Redvers Opie.
- Schwarzer, R. og Jerusalem, M. (1995), "Generalized Self-efficacy Scale. In Weinman, J., Wright, S. og Johnston, M., *Measures in Health psychology: A User's Portfolio. Casual and Control Beliefs*, 35-37. Windsor, UK: Nfer-Nelson.
- Scott, M. og Rosa, P. (1996), "Opinion: Has firm level analysis reached its limits? Time for rethink. *International Small Business Journal*, 14(4), 81-89.
- Scott, M.G. og Twomey, D.F. (1988), "The long-term supply of entrepreneurs: Students career aspirations in relation to entrepreneurship, *Journal of Small Business Management*, 26(4), 5-13.
- Segal, G., Borgia, D. og Schoenfeld, J. (2005), "The motivation to become an entrepreneur". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1), 42-57.
- Selnes, F. (1999), "*Markedsundersøkelser*", Oslo: Tano Aschehoug.
- Shane, S. og Venkataraman, S. (2000), "The promise of entrepreneurship as a field of research". *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shane, S., Kolvereid, L. og Westhead, P. (1991), "An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. *Journal of Business Venturing*, 431-446.
- Shapero, A. (1985), "Why entrepreneurship? A worldwide perspective". *Journal of Small Business Management*, 23(4), 1-5.

- Shapero, A. og Sokol, L. (1982), "The social dimension of entrepreneurship". In C.A. Kent, D.L. Sexton and K.H. Vesper, eds., *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Eaglewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, pp. 72-90.
- Shook, C.L., Priem, R.L. og McGee, J.E. (2003), "Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis". *Journal of Management*, 29(3), 379-399.
- Solstad, K.J. (2000), "*Entreprenørskap – noko for skolen?*". NF-rapport nr. 12, 2000. Tilgjengelig fra: http://www.nordlandsforskning.no/files/Rapporter%202000/rapp_12_00.pdf [lest: 20.05.07 kl. 17:20].
- Storey, D., Watson, R., Wynarczyk, P. (1987), "Fast growth small businesses: a study of 40 small firms in North-East England", *Research paper No. 67, Departement of Employment, London*.
- Stuart, R.W. og Abetti, P.A. (1990), "Impact of entrepreneurial and management experience on early performance. *Journal of Business Venturing*, 5(3), 151-162.
- Studenmund, A.H. (2001), "*Using econometrics: A practical Guide*", 4 utg. Addison-Wesley-Longman.
- Terpstra, D.E. og Olson, P.D. (1993), "Entrepreneurial start-up and growth: A classification of problems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-20.
- Thurik, A.R. og Wennekers, S. (2001), "Entrepreneurship, small businesses and economic growth". *Journal of Business and Enterprise Development*, 11(1), 140-149.
- Tkachev, A. og Kolvereid, L. (1999), "Self-employment among Russian students". *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(3), 269-280.
- Undheim, J.O. (1996), "*Innføring i statistikk og metode for samfunnsvitenskapelige fag*". Universitetsforlaget, Oslo, 2.utgave.
- Van Maanen, J. og Schein, E. (1978), "Toward a Theory of Organizational Socialization". *Research Organizational Behaviour Ed. Straw, B. Greenwich, Comm.*
- Vesper, K.H. (1990), "*New venture strategies*". Prentice-Hall, Eaglewood Cliffs, NJ.
- Welsh, H.P. og Kickul, J.R. (2001), "Trainig for successful entrepreneurship careers in the creative arts", in Brockhaus, R.H., Hills, G.E., Klandt, H. og Welsch, H.P. (Eds), *Entrepreneurship Education: A Global View*, Ashgate Publishing, Aldershot.
- Westhead, P. og Wright, M. (1999), "Contribution of novice, portfolio and serial founders located in rural and urban areas". *Regional Studies*, 33(2), 157-173.
- Wood, C.M. (2003), "The Effects of Creating Psychological Ownership among Students in Group Projects". *Journal of Marketing Education*, 25(3), 240-249.
- Waagø, S.J, Olsen, B. og Furre, H. (1997), "En politikk for flere og bedre nyetableringer", *Norges Forskningsråd, SMB-analyse, notat nr. 12, 1997*.

Zhao, H., Hills, G.E. og Seibert, S.E. (2005), "The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions", *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.

Vedlegg: undersøkelsesskjema

UNDERSØKELSE AV STUDENTERS INTENSJONER TIL FRAMTIDIG KARRIEREVALG

Vi utfører denne undersøkelsen for å få en bedre forståelse for dine holdninger og meninger omkring entreprenøriell virksomhet. Den samme undersøkelsen blir for tiden utført i Russland, Ukraina, Mexico, Australia, Frankrike, Brasil, Tsjekkia, Spania, Tyskland, Nederland og USA. Resultatene fra disse undersøkelsene vil gi en komparativ analyse av avgjørende faktorer, som bestemmer karrierevalget til den yngre generasjonen i de respektive land. Når det svares på spørsmålene, husk alltid å krysse av bare **ETT** svar!

A.

Gi uttrykk for i hvilken grad du er uenig/enig i følgende påstander:

		Helt uenig			Verken enig eller uenig			Helt enig
		1	2	3	4	5	6	7
A1	Jeg er klar til å gjøre alt for å bli en entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A2	Mitt profesjonelle mål er å bli en entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A3	Jeg er bestemt på å etablere en bedrift i fremtiden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A4	Jeg har veldig seriøse tanker om å etablere en bedrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A5	Jeg har intensjoner om å etablere en bedrift en dag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A6	Jeg planlegger å etablere en bedrift, innen fem år etter uteksaminering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A7 Hvis du kunne velge mellom å være **selvstendig næringsdrivende** eller å være **ansatt av noen**, hva ville du foretrekke?

1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vil foretrekke å være selvstendig næringsdrivende				Vil foretrekke å være ansatt av noen		

A8 Hva er dine hovedgrunner for akkurat dette valget? (dvs. å være selvstendig eller ansatt)

A9 Hvor sannsynlig synes du det er at du vil drive din egen bedrift innen fem år? _____%

B.

Gi uttrykk for i hvilken grad du er uenig/enig i følgende påstander:

		Helt uenig			Verken uenig eller enig			Helt enig
		1	2	3	4	5	6	7
B1	Å være en entreprenør impliserer flere fordeler enn ulemper for meg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B2	En karriere som entreprenør er attraktivt for meg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B3	Hvis jeg hadde muligheter og ressurser, ville jeg etablert bedrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B4	Å være en entreprenør ville gitt meg personlig tilfredsstillelse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B5	Blant varierende alternativer, vil jeg helst bli en entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C.

Gi uttrykk for i hvilken grad du er uenig/enig i følgende påstander:

		Helt uenig			Verken uenig eller enig			Helt enig
		1	2	3	4	5	6	7
C1	Det er ønskelig for meg å bli en entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C2	Det er interessant for meg å bli en entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C3	Det er attraktivt for meg å bli en entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C4	Det er mulig for meg å bli en entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C5	Å bli en entreprenør er ikke et realistisk alternativ for meg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C6	Å starte min egen bedrift ville vært umulig for meg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

D.

Gi uttrykk for i hvilken grad du er uenig/enig i følgende påstander:

		Helt uenig			Verken uenig eller enig			Helt enig
		1	2	3	4	5	6	7
D1	Min nærmeste familie synes jeg burde strebe etter en karriere som entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D2	Mine nærmeste venner synes jeg burde strebe etter en karriere som entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D3	Mennesker som er viktige for meg synes jeg burde strebe etter en karriere som entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

D4 I hvilken grad bryr du deg om hva din **nærmeste familie** synes, om du bestemmer deg for å strebe etter en karriere som entreprenør?

1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg bryr meg overhodet ikke					Jeg bryr meg veldig mye	

D5 I hvilken grad bryr du deg om hva dine **nærmeste venner** synes, om du bestemmer deg for å strebe etter en karriere som entreprenør?

1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg bryr meg overhodet ikke					Jeg bryr meg veldig mye	

D6 I hvilken grad bryr du deg om hva **mennesker som er viktige for deg** synes, om du bestemmer deg for å strebe etter en karriere som entreprenør?

1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg bryr meg overhodet ikke					Jeg bryr meg veldig mye	

E.

Gi uttrykk for i hvilken grad du er uenig/enig i følgende påstander:

		Helt uenig			Verken uenig eller enig			Helt enig
		1	2	3	4	5	6	7
E1	Hvis jeg hadde ønsket, kunne jeg lett blitt en entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E2	Som en entreprenør ville jeg hatt tilstrekkelig kontroll over min bedrift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E3	Det finnes veldig få omstendigheter utenfor min kontroll, som hindrer meg fra å bli en entreprenør	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E4	Det er helt og holdent opp til meg om jeg blir en entreprenør eller ikke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F.

F1. Se for deg to typer av nye forretningsvirksomheter.

1. ALPHA – En virksomhet som ville sørget for et godt livsopphold, en liten risiko for å feile, og liten sjanse for å gjøre deg til en millionær

2. BETA – En virksomhet som mer sannsynlig ville gjort deg til millionær, men med en mye større sjanse for å gå konkurs

Anta at du er den eneste eieren, hvilken situasjon ville du foretrukket?

1 ☐ ALPHA

2 ☐ BETA

F2. Hvilken av de følgende to påstandene beskriver best din preferanse for den fremtidige størrelsen av din forretningsvirksomhet? (velg 1 eller 0)

1. ☐ Jeg vil at virksomheten skal være så stor som overhodet mulig
2. ☐ Jeg vil at størrelsen skal være håndterlig for meg, og derfor klare meg med noen få nøkkelmedarbeidere

F3. Gi uttrykk for i hvilken grad du er uenig/enig i følgende påstander:

	Helt uenig			Verken uenig eller enig			Helt enig
	1	2	3	4	5	6	7
a. Å starte en ny bedrift er veldig risikofyllt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Jeg ser sjansen for å etablere en bedrift som et mulig tap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Jeg ser sjansen for å starte en bedrift som en potensiell mulighet å strebe etter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Sannsynligheten for at en ny bedrift går dårlig, er veldig høy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Hvis jeg ikke starter min egen bedrift, vil jeg gå glipp av en stor mulighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Det er stor usikkerhet knyttet til å forutsi hvor bra en ny bedrift vil gjøre det	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. I det store og hele vil jeg vurdere alternativet ved å etablere en bedrift, som noe positivt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Den totale risiko ved etablering av en ny bedrift er stor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F4. Gi uttrykk for i hvilken grad du er uenig/enig i følgende påstander:

	Helt uenig			Verken uenig eller enig			Helt enig
	1	2	3	4	5	6	7
a. Jeg angriper problemer aktivt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Når noe går galt, leter jeg etter en løsning umiddelbart	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Når det finnes en mulighet til å være aktivt involvert, griper jeg denne muligheten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Når andre ikke tar initiativ umiddelbart, gjør jeg det	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Jeg bruker muligheter raskt for å oppnå mine mål	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Vanligvis gjør jeg mer enn jeg blir bedt om	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Jeg er spesielt god til å realisere idéer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F5. Gi uttrykk for i hvilken grad du er uenig/enig i følgende påstander:

		Helt uenig		Verken uenig eller enig			Helt enig	
		1	2	3	4	5	6	7
a.	Hvis man vil oppnå noe på jobb, må man risikere å gjøre feil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b.	Det er bedre ta risikoen ved å gjøre feil, istedenfor ikke å ta den	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c.	For å komme i gang med mitt arbeid, lever jeg gjerne med de tingene som kan gå galt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d.	Jeg foretrekker å gjøre feil istedenfor å ikke gjøre noe i det hele tatt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

G.

Gi uttrykk for i hvilken grad hvor usant/sant følgende påstander er:

		Usant		Verken usant eller sant			Sant	
		1	2	3	4	5	6	7
G1	Jeg kan alltid løse vanskelige problemer hvis jeg bare prøver hardt nok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G2	Hvis noen setter seg opp mot meg, finner jeg alltid måter til å få det jeg vil ha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G3	Det er lett for meg å holde meg til min målsetting og oppnå mine mål	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G4	Jeg er trygg på at jeg kunne håndtere overraskende hendelser på en effektiv måte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G5	Takket være min ressursrikdom, vet jeg hvordan å takle uforutsette situasjoner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G6	Jeg kan løse de fleste problemer om jeg investerer i den nødvendige anstrengelse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G7	Jeg forholder meg rolig når jeg møter vanskeligheter, fordi jeg stoler på mine tålmodige evner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G8	Når jeg konfronteres med et problem, finner jeg vanligvis mange løsninger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G9	Hvis jeg er i vanskeligheter, tenker jeg vanligvis på en mulig løsning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G10	Jeg håndterer vanligvis alt som dukker opp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

H.

H1. Hva er den viktigste personlige egenskapen du trenger for å bli en entreprenør?

H2. Hva er den største barrieren for deg å bli en entreprenør?

H3. Føler du at du kan takle denne barrieren?

1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Absolutt Nei						Absolutt Ja

I.

Vennligst svar på følgende spørsmål i forhold til din subjektive oppfatning av hvordan de fleste mennesker i din region oppfører og tenker seg

		Fullstendig usant			Verken usant eller sant		Fullstendig sant	
		1	2	3	4	5	6	7
I min region								
Å søke muligheter								
I1	De fleste mennesker liker å finne forskjellige løsninger på et problem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I2	De fleste mennesker prøver å utnytte åpne situasjoner som muligheter og handler deretter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I3	De fleste mennesker ville IKKE etablert en virksomhet, fordi de frykter forandringer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I4	De fleste mennesker vurderer hvordan de kan utnytte systemfeil/ markedsimperfekasjoner i markedene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I5	De fleste mennesker leter etter nye utfordringer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Å verdsette entreprenørielle karakteristika								
I6	De fleste mennesker verdsetter uavhengighet og selvstendighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I7	De fleste mennesker verdsetter personlig initiativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I8	De fleste mennesker verdsetter en villighet til å ta risiko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I9	De fleste mennesker tenderer til å unngå usikre situasjoner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I10	De fleste mennesker ville IKKE etablere en virksomhet, fordi de nøler med å ta risiko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Fullstendig usant			Verken usant eller sant		Fullstendig sant	
		1	2	3	4	5	6	7
Kapabilistisk tro								
I min region								
I11	De fleste mennesker evner å løse vanskelige og komplekse problemer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I12	De fleste mennesker evner å aktivt tåle med overraskende situasjoner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I13	De fleste mennesker tror på sine egne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

kapabiliteter								
I14	De fleste mennesker holder seg rolig når de møter vanskeligheter i deres arbeid, fordi de kan stole på sine egne evner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I15	De fleste mennesker ville IKKE etablere en virksomhet, fordi de tviler på deres egne evner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I16	De fleste mennesker kan lett improvisere når overraskende endringer skjer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Fullstendig usant			Verken usant eller sant			Fullstendig sant
Å ta ansvar I min region		1	2	3	4	5	6	7
I17	De fleste mennesker føler ansvarlighet for å gjøre arbeid av høy kvalitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I18	De fleste mennesker er vant med å ta ansvar for handlingene de utfører	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I19	De fleste mennesker liker å ta ansvarsfulle oppgaver, selv om dette betyr ekstra arbeid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I20	De fleste mennesker ville IKKE etablert en virksomhet, fordi de frykter ansvaret	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Fullstendig usant			Verken usant eller sant			Fullstendig sant
Entreprenøriell motivasjon I min region		1	2	3	4	5	6	7
I21	De fleste mennesker vurderer å investere i deres egne små- eller mellomstore bedrifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I22	De fleste mennesker etablerer egne bedrifter, fordi de vil være fri og uavhengige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I23	De fleste mennesker starter egen bedrift, fordi de har gode idéer og vil realisere dem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I24	De fleste mennesker etablerer egen bedrift av økonomiske grunner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I25	De fleste mennesker starter egen bedrift, fordi de vil være suksessrike	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

J.

J1 Alder _____ år

J2 1 ☐ Mann2 ☐ Kvinne

J3 Har noen av dine foreldre/foresatte noen gang vært selvstendig næringsdrivende?

1 ☐ Ja 2 ☐ NeiJ4 Hvis ja, 1 ☐ Far2 ☐ Mor3 ☐ Begge

J5 Har du noen gang vært selvstendig næringsdrivende?

1 ☐ Ja2 ☐ Nei

J6 Er du selvstendig næringsdrivende på nåværende tidspunkt?

1 ☐ Ja2 ☐ Nei

J7 Er du på nåværende tidspunkt involvert i å etablere en bedrift?

1 ☐ Ja2 ☐ Nei

J8 Har du seriøst vurdert å bli en entreprenør?

1 ☐ Ja

2 ☐ Nei

J9 Antall år med arbeidserfaring: _____ (Skriv 0 dersom du har ingen)

J10 Arbeider du på nåværende tidspunkt på heltid eller deltid (minst 20 timer per uke)?

1 ☐ Ja

2 ☐ Nei

J11 Hvilket universitet/høgskole er du tilknyttet?

1 Handelshøgskolen i Bodø

2 -----"----- avd. Stokmarkens

3 -----"----- avd. Mo I Rana

J12 På hvilket nivå befinner du deg studiemessig på?

1 Økonomi/Ledelse – år 2

2 Økonomi/Ledelse – år 3

3 Master of Science in Business – år 4

4 -----"----- - år 5

5 Master of Energy Management – år 4 eller år 5

6 Annet

J13 Vil du være villig til å delta i ny undersøkelse med samme tema om tre år?

1 ☐ Ja

2 ☐ Nei

J14 Hvis ja, vennligst legg ved e-post adresse og mobiltelefon (valgfritt)

Takk for samarbeidet!